Dossier pédagogique

2012 - 2013

Morbihan

classes presse

www.ac-rennes.fr

académie Rennes

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE

MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MINISTERE de l'Education nationale

CLEMI

Centre de liaison de l'Enseignement et des moyens d'information

SOMMAIRE

1. Introduction p. 3

2. Organisation p. 5

- Mode d'emploi et dispositif général 2012/2013 p. 7
- L'ensemble des classes presse du Morbihan p. 10
- Contacts p. 12
- Calendrier p. 19
- Infos photocopiables p. 20
- La carte presse p. 23

3. Découvrir les journaux partenaires et travailler sur la presse en classe p. 29

- Présentation des journaux partenaires p. 31
- Aide à a rédaction de l'article p. 37
- Connaître le journal p. 40
- L'écriture journalistique (fiche élève) p. 45
- 10 conseils pour réussir son article p. 51
- Fiches pour comparer les journaux des titres partenaires p. 53
- Des revues de presse p. 56
- Des rendez-vous d'Education aux médias p. 59

4. Dynamique pour impulser la classe-presse p. 61

- Comment mettre en action les élèves p. 63
- Comment utiliser ce dossier p. 66
- Peut-on vivre sans s'informer ? p. 71
- Activités pédagogiques p. 76
- L'écriture journalistique en classes presse p. 138

5. Le thème du sport dans tous ses états p. 151

- Comment se construit-on dans le sport ? p. 153
- Voir, faire voir le monde sportif p. 218

6. Mode d'emploi pour publier sur la plateforme p. 251

1.

INTRODUCTION

L'opération "Classes-presse"

Participer aux "Classes-presse", c'est prendre conscience de la part croissante occupée par l'information dans la vie quotidienne des élèves qui rend indispensable l'apprentissage d'une lecture critique des médias. Il s'agit de développer chez les élèves leurs capacités de mise en perspective et d'appropriation des messages d'information. Il s'agit également de leur donner le goût de s'informer pour éviter le repli sur soi-même et pour ouvrir leur curiosité sur le monde qui les entoure.

Pour entrer dans le monde fort complexe de l'information, nous vous proposons d'analyser mais aussi de produire des informations. Cette alternance entre analyse et production est un moyen pour progresser dans la connaissance des mécanismes de l'actualité, pour en avoir un usage citoyen.

Grâce aux contributions des services presse école de Ouest-France et du Télégramme, l'équipe du Clemi de l'académie de Rennes vous propose une démarche et quelques outils pour atteindre les objectifs de cette opération :

- apprendre aux élèves à (bien) lire le journal et les journaux
- apprendre aux élèves à "écrire pour être lu"
- travailler sur le thème "les Énergies"

Outre les journaux que vous allez recevoir, le parrainage d'un journaliste, la visite des sites d'impression, ce dossier pédagogique a comme ambition de vous aider dans votre travail.
Ce dossier est un outil conçu pour découvrir la presse, pour s'initier au monde de l'information. Il ne s'agit pas de tout exploiter ; vous y trouverez des fiches pédagogiques, des pistes de travail, des fiches d'informations, des fiches élèves, des aides méthodologiques, mais aussi des propositions de prolongements.
A vous de sélectionner les documents pertinents en fonction de votre projet pédagogique.

Nous espérons vivement que cette opération d'éducation aux médias ainsi que ce dossier pédagogique vous aideront à accompagner vos élèves vers une lecture responsable, active et critique des médias.
Bonne chance pour cette expérience qui sera pour vous et vos élèves, nous n'en doutons pas, très enrichissante.

Michel Hélaudais
Clemi de l'académie de Rennes

Ce dossier a été conçu à partir de documents réalisés par le Clemi national et le Clemi Bretagne (Centre de Liaison de l'Enseignement et des Médias d'Information)

2.

ORGANISATION

"Classes-presse" en Morbihan

Mode d'emploi 2012-2013

Les "classes-presse", une démarche d'éducation aux médias sur la durée

Chaque classe est parrainée par un(e) journaliste appartenant aux deux titres partenaires de l'opération en Morbihan : Ouest-France et le Télégramme.
Ce parrainage prévoit au moins deux interventions en classe, auxquelles s'ajoutent parfois, en fonction de la disponibilité et des affinités des un(e)s et des autres, de nombreux échanges par mails ou téléphone. Chaque journaliste parrain a en sa possession un dossier pédagogique "classes-presse" en Morbihan, comme chaque enseignant.

Il appartient à chacune des équipes de prendre rendez-vous avec le (ou la) journaliste référent(e) de sa "classe-presse", et ce, dès le début de l'opération.

Chaque classe travaille avec un titre partenaire.
Chaque classe reçoit **du lundi 3 décembre au vendredi 21 décembre 2012** quinze exemplaires de journaux des deux titres partenaires pour comparer le traitement des informations.

Du **7 janvier 2013 au 22 mars 2013**, pendant 12 semaines, chaque élève et chaque enseignant participant au projet reçoit pour la classe, les jours travaillés, un exemplaire du titre principal.

Chaque classe peut bénéficier de la visite d'un site d'impression (Ouest-France à Rennes ou Le Télégramme à Morlaix) . Les visites sont gratuites. La classe bénéficie de l'appui des services et des sites internet des journaux engagés dans cette opération.

- *Il vous appartient de prévoir cette visite dans votre calendrier et de prendre rendez-vous dès décembre. Les devis et les bulletins d'inscription sont à adresser* ***avant le 20 décembre 2012*** *à :*

  Sylvie Drouard
  5 rue du commandant Charcot, 56000 Vannes, tel. : 02 97 63 21 37
  sylvie.drouard@ac-rennes.fr

- *Pour une plus grande souplesse et une meilleure organisation, il est judicieux de proposer auprès du site d'impression retenu, 3 dates qui vous conviennent.*

Enfin, un supplément « Classes-presse » en Morbihan est diffusé chaque année.

Ces suppléments ont pour rôle de valoriser le travail de chacune des classes-presse (au moins une production par classe est retenue).
La diffusion du supplément dans le Télégramme et Ouest-France est prévue **entre le 27 et le 31 mai.**

- *Il vous appartient de prévoir dans votre calendrier la diffusion et l'exploitation pédagogique de ces suppléments et de ces pages dans les journaux partenaires d'information (Qui ? Quand ? Et comment ?).*

- *Pensez à garder les originaux des visuels produits par les élèves : photos, infographies, dessins, collages, photo-montages, peintures, sculptures. Ils vous seront demandés après le 8 avril 2013 pour garantir une qualité d'impression (sur papier journal, en noir et blanc ou en couleur) dans les journaux partenaires.*

Un partenariat : Éducation Nationale, médias

Le comité de pilotage des "Classes-presse" en Morbihan regroupe des représentants de l'Education nationale (Inspection Académique, Clemi, Seria, DDEC) et des journaux partenaires (Ouest-France, les infos du pays de Redon, la Chronique Républicaine, le Pays Malouin et le journal de Vitré).
Ce comité de pilotage s'est réuni le 13 octobre pour lire les fiches de candidatures en classes-presse, sélectionner les classes et répartir les journalistes parrains.

Un deuxième temps de travail commun consiste à lire les articles proposés par chacune des classes pour le challenge, en débattre et en sélectionner pour la remise des prix. Enfin, il se réunit fin juin pour évaluer l'opération et décider des suites à donner pour l'année à venir.

Le Seria assure la mise à disposition des accès à la plate-forme pour les élèves et les enseignants. La plate-forme sera ouverte tout public et disponible début janvier 2013.
Vos élèves auront leur propre code d'accès et identifiant qui leur permettront d'accéder à la plate-forme pour écrire les articles.
Les articles ne seront publiés et lisibles par tous que lorsque l'enseignant de la classe aura validé l'article.
Se reporter au mode d'emploi d'utilisation de la plateforme.

Les productions des collégiens

L'ensemble des productions (articles et visuels) devra être mis en ligne pour le **lundi 8 avril 2013.** C'est sur cette base de publications en ligne que s'effectue la sélection des productions des élèves diffusée dans les suppléments encartés de Ouest-France et du Télégramme.

Pour le challenge, chaque « classe-presse » choisit « son » article illustré (s'il s'agit d'un article long) et l'envoie à l'Inspection Académique pour le **lundi 15 avril 2013** au plus tard à l'adresse suivante :

Inspection Académique du Morbihan
Priol Clara
Cité administrative
13 Avenue Saint Symphorien
56 019 Vannes Cedex
Tél : 02-97-01-86-49
Mail : clara.priol@ac-rennes.fr

Cet article représente chacune des classes-presse et est soumis à la lecture des membres du jury (comité de pilotage) et des élèves engagés dans l'opération classes-presse en Morbihan.
Le vote des élèves sur la plate-forme pour le prix élèves s'effectuera sur ce même corpus (un article par classe participante) **du lundi 6 mai au vendredi 17 mai 2013**.

•Il vous appartient de prévoir un temps en salle multimédia ou informatique pour familiariser les élèves à la plate-forme et à ses usages de façon à ce qu'ils soient les plus autonomes possibles dans l'utilisation de cette pratique Internet et ce sans attendre le mois de mars. En début de projet, prenez le temps de visiter et de faire découvrir les productions académiques des classes-presses des années passées.

•Prévoyez aussi dans votre calendrier un temps (minimum 2 heures) d'affichage et de lectures de l'ensemble des productions de vos élèves afin qu'ils établissent des critères de sélection pour choisir l'article qui les représentera pour le challenge.

•Pour information : le vote des élèves pour le prix élève, est un vote collectif de la classe. Prévoyez un temps de lecture des articles écrits par les autres classes et un échange afin qu'ils établissent leurs choix sur des critères pertinents. La classe ne vote pas pour l'article qu'elle a soumis au vote.

La valorisation des productions et de l'engagement des acteurs

• Tous les articles des collégiens seront accessibles au grand public sur internet, dès janvier 2013, sur la plate-forme phare "classes-presse" 2012/2013.

• Des liens sur le site Presse-école de Ouest-France et des hebdomadaires seront effectués pour inciter les lecteurs à découvrir les articles des élèves

Les "classes-presse" 2012-2013

Chaque classe est parrainée par un journaliste. Il viendra rencontrer les élèves au moins deux fois. Il appartient aux classes presse et aux enseignants de prendre rendez-vous avec les enseignants. **Prenez rendez-vous dès que possible.**

Classes Ouest-France

Etablissement	Journaliste Parrain
Collège Gilles Gahinet, Arradon (4ème)	Nathalie Jay nathalie.jay@ouest-france.fr
Collège Saint Tudy, Groix (3ème)	Françoise Rossi françoise.rossi@ouest-france.fr
Collège Sainte Anne, La Trinité Porhoet (5ème)	Jean-Charles Michel jean-charles.michel@ouest-france.fr
Collège Sainte Anne,La Trinité Porhoet (5ème)	Clémence Olivier clemence.olivier@ouest-france.fr
Collège Anita Conti, Lorient (6ème)	Catherine Jaouen catherine.jaouen@ouest-france.fr
Collège Marie Immaculée, Mauron (4ème)	Daniel Le Gall daniel.@LeGall@ouest-france.fr
Collège Marie Immaculée, Mauron (4ème)	Pascale Le Garrec pascale.LeGarrec@ouest-france.fr
Collège du Goh Lanno, Pluvigner (4ème)	David Dupré david.dupré@ouest-france.fr
Collège Les Saints Anges, Pontivy (4ème SEGPA)	Claude Lemercier claude.lemercier@ouest-france.fr
Collège Yves Le Bec, Rohan *(classe 4ème « en ligne »)*	Yvan Duvivier yvan.duvivier@ouest-france.fr
Collège ND La Blanche, Theix (3ème)	Yves-Marie Robin yves-marie.robin@ouest-france.fr

Classes le Télégramme

Collège Gilles Gahinet, Arradon (4ème)	Catherine Lozac'h, Vannes, 02 97 42 44 22 . c.lozach@letelegramme.fr
Collège Paul Langevin (4ème)	Gwen Rastoll, Lorient, 02 97 84 46 00, g.rastoll@letelegramme.fr
Collège Anita Conti, Lorient (ULIS)	Régis Nescop, Lorient 02 97 84 46 00 r.nescop@letelegramme.fr
Collège Romain Rolland, Pontivy (6ème SEGPA)	Valérie Le Moigne, Pontivy, 02 97 25 36 10, v.lemoigne@letelegramme.fr
Collège Yves Le Bec, Rohan *(4ème)*	Yann Le Scornet, Lorient 02 97 84 46 00, y.lescornet@letelegramme.fr
Collège Cousteau, Séné (5ème)	Stéphanie Le Bail, Vannes, 02 97 42 44 22, s.lebail@letelegramme.fr
Collège Jules Simon, Vannes (6ème)	Stéphanie Le Bail, Vannes, 02 97 42 44 22, s.lebail@letelegramme.fr
Collège Jules Simon, Vannes (5ème)	Stéphanie Le Bail, Vannes, 02 97 42 44 22, s.lebail@letelegramme.fr
Collège ND La Blanche, Theix (classe image 3 et 4 _5ème)	François Destoc, Lorient, 02 97 84 46 00 , f.destoc@letelegramme.fr et Bertrand Le Nena b.lenena@letelegramme.fr, 06 61 64 09 97

CONTACTS

Clemi du Morbihan

Aline Boulc'h
Collège Yves Le Bec
16, rue de la Guiterne
56580 ROHAN
Tel : 06 66 82 54 08
Aline.Boulc-H@ac-rennes.fr

CDDP

Sylvie Drouard
5 rue du commandant Charcot, 56000 Vannes
tel. : 02 97 63 21 37
sylvie.drouard@ac-rennes.fr

Service Presse-école
Ouest-France

Laetitia Greffié
ZI Rennes Sud-Est
35705 Rennes Cedex 7
02 99 32 61 04
laetitia.greffie@ouest-france.fr
et pour le Morbihan
Daniel Le Gall
Daniel.LeGall@ouest-france.fr
Stéphanie Germain
02 97 47 97 69
Stephanie.Germain@ouest-france.fr

Inspection Académique du Morbihan

Priol Clara
Cité administrative
13 Avenue Saint Symphorien
56 019 Vannes Cedex
Tél : 02-97-01-86-49
Mail : clara.priol@ac-rennes.fr

Conseil Général
Service des Collèges

Marie-Caroline Arrighi
Rue de St Tropez
BP 400
56009 Vannes cedex
02 97 54 81 99
marie-caroline.arrighi@cg56

Service Presse-école

Le Télégramme

Bertrand Le Nena
BP 67423
29672 Morlaix cedex
tél : 02 97 84 46 00
06 61 64 09 97
b.lenena@letelegramme.fr

CLEMI Bretagne

Michel Hélaudais
Rectorat d'académie, bureau 305,
96 rue d'Antrain, CS 10503,
35705 Rennes cedex 7
Tél : 02 23 21 75 92 Mobile : 06 75 71 49 15
clemi.bretagne@ac-rennes.fr

DDEC

Direction de l'enseignement catholique

Bernard Jouet
Campus du Vincin
56610 Arradon
02 97 46 60 60
bernardjouet@aol.com

SERIA, Plate-forme Phare

Yves Poulizac
Rectorat, 96 rue d'Antrain
C34415 - 35044 Rennes Cedex
Tél. : 02 23 21 76 82
yves.poulizac@ac-rennes.fr

Visites des entreprises de presse

Prenez rendez-vous dés le mois de décembre 2012. Les visites sont gratuites. Les visites sont gratuites. Le cout des transports est pris en charge par le conseil général dans la limite d'un aller et retour par établissement. Vous devez adresser votre bulletin d'inscription accompagné de trois devis au CDDP du Morbihan **avant le 20 décembre à :**

CDDP
Sylvie Drouard
5 rue du commandant Charcot, 56000 Vannes, tel. : 02 97 63 21 37
sylvie.drouard@ac-rennes.fr

Ouest-France
ZI rennes Sud Est
10 rue du Breil - Rennes
contact pour les visites : 02 99 32 66 27
visite@ouest-france.fr
Visite virtuelle

Le Télégramme

7 voie d'accès au Port à Morlaix

contact pour les visites : 02 98 62 11 33

Quelques précisions au sujet des visites du Télégramme à Morlaix :

Il suffit de s'inscrire à l'accueil du journal, au siège de Morlaix, en téléphonant au 02 98 62 11 33. Au standard, bien préciser que vous êtes une « Classe-presse » et que vous souhaitez, si possible, assister au tirage d'une publication. Les classes complètes sont acceptées. La visite guidée dure environ 1h30 à 2h, la classe étant alors répartie en deux groupes : l'un visite les installations techniques et la rédaction, l'autre visionne un film et découvre les publications du Télégramme.

La formation

Afin d'accompagner au mieux les projets, tous les enseignants sont conviés à une journée de formation organisée par le Clemi avec les partenaires médias. L'écriture journalistique, le thème "Le Sport Dans Tous Ses États" et l'utilisation de la nouvelle plate-forme de publication seront au programme.

Vendredi 30 Novembre 2012 de 9h00 à 13 h puis 14h à 17h
au collège Gilles Gahinet à Arradon

Un article à sélectionner

Chaque classe doit sélectionner, parmi ses productions, mises sur la plateforme internet académique, son « meilleur article ». Cet article sera celui qui semblera aux élèves l eplus réussi au regard des codes journalistiques : il devra avoir appris quelque chose aux élèves et leur sembler intéressant de par son sujet. Cette démarche pourrait être résumer de la sorte : « cet article nous a appris quelque chose que nous ne savions pas, sur un sujet qui nous intéresse et dans une forme réussie ». Ce texte devra donc répondre aux règles de l'écriture journalistique et être accompagné obligatoirement d'une illustration.

L'ensemble de ces articles sélectionnés par les classes sera mis en avant lors de la cérémonie de clôture des classes presse.

Ces éléments doivent être expédiés à l'Inspection Académique par e-mail pour le **lundi 15 avril au plus tard.**

Inspection Académique du Morbihan
Priol Clara
Cité administrative
13 Avenue Saint Symphorien
56 019 Vannes Cedex

Tél : 02-97-01-86-49
Mail : clara.priol@ac-rennes.fr

Un comité de pilotage des classes-presse se réunira le 27 mai en comité de lecture pour prendre connaissance des articles sélectionnés et échanger autour des productions de vos élèves.

L'évaluation

Chaque enseignant et/ou chaque équipe pédagogique est invité à participer en juin à l'évaluation du projet classes presse :

- un questionnaire en ligne à l'attention des enseignants sera proposé en mai 2013.

- le questionnaire est à retourner pour début juin 2013 à l'adresse suivante :
  Aline.Boulc-H@ac-rennes.fr
- un questionnaire à l'attention des élèves vous sera proposé.
- un bilan organisé lors de la réunion de clôture en juin.

Le suivi

Tout au long de l'opération, le Clemi est à votre disposition pour répondre à vos interrogations et accompagner au mieux votre projet. N'hésitez pas à communiquer les problèmes rencontrés et à demander de l'aide.

CLEMI 56
Aline Boulc'h
06 66 82 54 08
Aline.Boulc-H@ac-rennes.fr

Le Conseil Général, acteur des « classes-presse »

Le sport occupe une place importante dans le Morbihan avec plus de 223 000 licenciés répartis dans plus de 2 000 clubs ou associations. Ces chiffres très élevés témoignent du dynamisme de notre maillage territorial composé de clubs, de comités départementaux, d'associations animés par de nombreux bénévoles.

Les vertus du sport sont connues. On sait qu'il contribue notamment au bien-être, à la santé. Il est également facteur de lien social et d'éducation. Il contribue au dynamisme et à l'attractivité du territoire grâce aux nombreuses manifestations, compétitions organisées tout au long de l'année.

Le Département accompagne et développe le sport morbihannais selon trois grands axes :

• Encourager les pratiques sportives,
• Encourager et soutenir la pratique sportive de haut niveau,
• Faire du Morbihan un pôle nautique reconnu.

Encourager les pratiques sportives

Depuis de nombreuses années, le Morbihan s'investit pour permettre au plus grand nombre de jeunes de pratiquer un ou plusieurs sports et de contribuer également à une homogénéité départementale de l'accès aux sports.

Ce soutien se traduit par des aides concrètes aux associations sportives, aux comités départementaux et à l'organisation de manifestations sportives. Enfin ces aides accompagnent les démarches de recensement des équipements des pratiques afin d'aider les collectivités locales à faire les bons choix en termes de constructions d'équipements sportifs et de loisirs.

Encourager et soutenir la pratique sportive de haut niveau

Le sport de haut niveau est un peu la vitrine sportive du département, il illustre le dynamisme d'un territoire, de ses clubs. Il met en lumière la qualité des structures de formations, des équipements qui permettent à ces athlètes d'exprimer au mieux tout leur talent.

Ce soutien prend différentes formes comme d'accompagner les sportifs de haut niveau grâce à l'attribution de bourses, ou encore en aidant les clubs de haut niveau et les centres de formation.

Faire du Morbihan un pôle nautique reconnu

Avec plus de 900 km de côtes, des bassins de navigations parmi les meilleurs d'Europe, le Morbihan dispose de nombreux atouts pour développer ses activités nautiques.

C'est dans ce cadre que le Département apporte son soutien financier aux associations et clubs nautiques tant dans leur fonctionnement que dans leurs investissements (achats de nouveaux équipements).

Le littoral ne doit pas faire oublier les nombreux plans d'eau intérieurs qui permettent chaque année à plusieurs milliers de jeunes et de moins jeunes de pratiquer près de chez eux des activités nautiques. C'est pour soutenir et encourager ces sports que le Département accompagne « l'Ecole nautique itinérante » qui est structurée autour des communautés de communes de Ploërmel, du Loch, du pays du Roi Morvan et de la commune

Pour plus de renseignements :

Si vous souhaitez en en savoir plus sur l'action du département dans ces différents domaines ou si vous souhaitez être mis en relations avec des clubs sportifs ou des athlètes de hauts niveaux. Contactez :

M Jean-Luc BOURIOT

Chef du service des sports
Conseil général du Morbihan
02.97.54.82.28 ou par mail jean-luc.bouriot@cg56.fr

Et

Conseil Général
Service des Collèges
Marie-Caroline Arrighi
Rue de St Tropez
BP 400
56009 Vannes cedex
02 97 54 81 99
marie-caroline.arrighi@cg56

Une journée de clôture

En juin, une remise des prix sera organisée pour les établissements lauréats des Classes-presse 2012-2013 en lien avec le thème des sports. Cette journée est l'occasion pour les participants d'échanger sur l'expérience « Classe-presse ». Le programme vous sera précisé ultérieurement.

Le CDDP du Morbihan

Le CDDP accompagne l'opération en Morbihan. Il en assure notamment la gestion financière. Le CDDP du Morbihan, à travers ses médiathèques de Vannes et Lorient, met à la disposition des enseignants de la documentation sur l'éducation aux médias.

Dans le cadre de l'opération Collège numérique 56, le CDDP apporte une aide, en particulier dans les domaines de l'informatique et du traitement de l'image, pour mener à bien les projets.

Le CDDP propose ces animations dans les locaux du CDDP à Vannes ou Lorient mais également en se déplaçant dans les établissements à la demande des enseignants.

Du matériel peut également être prêté (appareils photos numériques, caméscope, perche, ordinateurs portables) selon les projets.

Contact :

« Collège Numérique 56 »
CDDP du Morbihan
5 rue du Commandant Charcot
56 000 Vannes
Tel/ 02 97 63 09 63

Calendrier 2012 / 2013 en Morbihan

Réunions de lancement de l'opération : information et remise du dossier pédagogique	30 novembre au Collège Gilles Gahinet à Arradon
Journées de formation pour les enseignants	30 novembre au Collège Gilles Gahinet à Arradon
Diffusion des journaux avec comparaison	du lundi 3 décembre au vendredi 21 décembre 2012
Diffusion des journaux dans les classes	du 7 janvier 2013 au 22 mars 2013
Ouverture sur l'ensemble des médias pendant la Semaine de la Presse et des Médias à l'Ecole	Du 25 au 30 mars 2013
Publication des articles des collégiens sur la plateforme	Jusqu'au lundi 8 avril 2013
Envoi de l'article sélectionné par la classe à l'Inspection Académique	Pour le lundi 15 avril au plus tard
Vote des classes pour le prix des élèves sur la plateforme	Du lundi 6 mai au vendredi 17 mai.
Réunion du « Jury » des Classes presse	Lundi 27 mai (après-midi) à l'Inspection Académique
Diffusion des suppléments encartés dans les journaux	Du 27 au 31 mai
Remise des prix	En juin

À photocopier pour informer les élèves

L'opération "Classes-presse" en Morbihan

En tant que collégien, vous allez découvrir la diversité de la presse, apprendre à rédiger un article et développer votre esprit critique tout au long de l'opération "Classes-presse".

Pour ce faire, vous recevez un journal de décembre à mars au collège. Vous avez la possibilité de le rapporter chez vous pour parler d'actualité avec votre entourage.

Votre classe sera suivie par un journaliste des journaux régionaux qui vous parrainera (deux interventions au moins dans les classes).

Après avoir appris à lire le journal, vous écrirez des articles sur le thème : "**Le Sport Dans Tous Ses États"**.

Vous les publierez tous sur Internet et votre classe proposera son "meilleur article" au comité de pilotage en avril.

Chaque "classe-presse" sera valorisée par un article dans le journal "parrain".

Vous participerez au jury élèves en choisissant parmi les articles du challenge, celui qui a retenu votre intérêt.

Les lauréats se verront remettre leur prix en juin.

L'opération est possible grâce aux efforts des différents partenaires : Inspection académique, le Conseil Général, le Clemi, le CDDP, la DDEC, Ouest-France, Le Télégramme.

À photocopier pour les parents d'élèves

Votre enfant participe à l'opération Classes-presse en Morbihan

Votre enfant reçoit bientôt un journal et ce pendant un total de 12 semaines scolaires. Vous pouvez le lire et parler de l'actualité en famille.

Les élèves apprendront à bien lire la presse, dans sa diversité, grâce aux enseignants de différentes disciplines qui accompagnent l'opération.

Ils écriront des articles sur le thème : "**Le Sport Dans Tous Ses États"**.

Ils pourront voir valorisée leur expression écrite sur la plateforme Internet de l'académie.

Chaque classe sera suivie par un journaliste « parrain », qui échangera au moins deux fois avec les élèves. Ces derniers auront la possibilité de visiter une entreprise de presse.

L'information occupe une part croissante dans la vie quotidienne. L'éducation aux médias et à la citoyenneté est donc indispensable.

Les classes-presse permettent de travailler avec et sur la presse au collège, dans la durée et dans le pluralisme des titres. L'opération trouve sa place dans les programmes des disciplines concernées.

Depuis plusieurs années, notamment dans l'Ouest, l'opération Classes-presse permet une ouverture au monde, une maîtrise des langages et le développement de l'esprit critique.

L'opération est possible grâce aux efforts des différents partenaires : Inspection académique, le Conseil Général, le Clemi, le CDDP, la DDEC, Ouest-France, Le Télégramme.

Autorisation parentale
relative à la publication de photographies d'élèves

Dans le cadre des activités journalistiques menées pour le projet "Classes-presse", votre enfant pourra être photographié afin de donner matière à illustrer les sujets traités dans les différents articles. Votre enfant ne sera jamais photographié isolément mais en groupe de trois ou quatre personnes au minimum.

Ces photographies seront publiées sur la plateforme "Classes-presse" accessible sur Internet et dans les pages des journaux partenaires.

Pour respecter les obligations légales en la matière, nous vous demandons de retourner aux enseignants responsables du projet l'autorisation dûment remplie et signée.

Mme. . . . . et M. . . . . ., parents ou responsable(s) légal(aux) de……., élève de la classe de . . . . . autorisons la publication de la photographie de notre enfant dans le cadre du projet "Classes-presse".

Signature de la mère :

Signature du père :

Autorisation à remettre avant le --/ --/ 20

À Mme ..... , M..... , enseignant(e) de .....

Journalistes en "classes-presse" : la Carte presse

Quelle est l'origine de cette Carte presse en direction des élèves engagés dans les "Classes-Presse" 2012-2013 ?

L'idée a émergé suite à des échanges avec des élèves et des enseignants engagés dans l'opération "Classes-presse" en 2007-2008 dans le Finistère.
Comment donner plus d'autonomie et de crédibilité aux élèves lorsqu'ils s'engagent, hors des murs de l'établissement, dans des démarches journalistiques visant à recueillir de l'information ?
La nécessité de réfléchir à un outil simple et commun à tous a fait son chemin : la carte presse "Journalistes en classes-presse" est née !

Quelles en sont les raisons ?

Le constat partagé par un grand nombre d'enseignants, en particulier ceux engagés auprès d'élèves pour qui la prise de parole et la confiance en soi ne sont ni naturelles ni spontanées, était le suivant : nous avons besoin aux différentes phases du projet "Classes-presse", d'accompagner les élèves dans leurs démarches d'ouverture vers l'extérieur de la classe.
En effet, les élèves en "classes-presse" sont confrontés, à plusieurs reprises, à mener eux-mêmes des démarches d'investigation qui nécessitent un accompagnement et un apprentissage pédagogique.

Il s'agit de :

- savoir présenter de façon synthétique et claire le projet "Classes-presse" à d'autres
- savoir se présenter pour obtenir des rendez-vous et mener une interview ou un reportage sur le terrain.

Leurs projets d'écritures d'articles les conduisent bien souvent à rencontrer des adultes qui ne connaissent pas le projet "classes-presse". La qualité de la présentation est jugée décisive pour obtenir une écoute, une disponibilité et enfin des informations ou des rendez-vous.

Dans cette initiative, les niveaux de responsabilités méritaient d'être mieux cernés afin d'aider les élèves à être plus performants : acquérir plus d'autonomie et de confiance, créer les conditions d'une rencontre avec des adultes étrangers en lien avec leurs vécus quotidiens. Enfin, mieux cerner les droits et devoirs des élèves journalistes.

Beaucoup d'entre eux, lors des rencontres avec les journalistes-parrains, ont été impressionnés par l'objet qui représente et visualise leurs fonctions de journaliste : la carte presse. Sa présentation, l'exposé de son origine, l'explication de son rôle et les conséquences qu'elle entraîne dans leur travail de journaliste ont été des temps forts qui ont marqué les élèves en "classes-presse".

Un aller-retour entre les pratiques des journalistes (Comment obtiennent-ils l'information ? Comment prennent-ils leurs rendez-vous ? Pourquoi ont-ils plus de crédibilité que nous, élèves ?) et les démarches journalistiques des élèves a permis, à partir des vécus des uns et des autres, d'acquérir plus de savoir-faire.
L'objectif final, au delà de l'aspect symbolique, est donc bien celui-ci : faciliter et ancrer dans les pratiques des élèves en "Classes-Presse" leur niveau de responsabilité dans la prise des rendez-vous et le recueil d'informations auprès d'acteurs locaux.

Quels en sont les usages ?

Chaque élève participant à une "classe-presse" se verra remettre par l'équipe pédagogique sa carte presse. Un emplacement est réservé pour qu'il inscrive son nom, son prénom et son collège. Cette Carte presse, une fois remplie, peut être plastifiée de façon à la protéger.

C'est l'opportunité en classe d'ouvrir le débat sur leurs démarches en cours, de travailler sur les étapes pour obtenir un rendez-vous et récolter à l'extérieur de la classe des informations pour mener à bien leurs projets d'écriture. Enfin, c'est aussi l'occasion d'aborder les droits et devoirs des journalistes en "classes-presse" et pourquoi pas, avec leur journaliste-parrain.

Certaines classes ont émis le besoin d'écrire leur propre charte de journalistes en "classes-presse" de façon à fédérer l'ensemble des initiatives et de s'en sentir collectivement responsable. C'est donc un objet qui dépasse largement sa symbolique : la remise de cette Carte presse est pensée comme devant être un temps fort pédagogique pour cerner au mieux les responsabilités individuelles et collectives de tous les élèves d'une même "classe-presse". Mais aussi les partenaires multiples qui interviennent à un moment donné dans leurs projets : acteurs locaux de proximité, parents et familles, journalistes partenaires, élèves et adultes extérieurs à la "classe-presse".

N'hésitez pas à nous faire part de vos remarques et de celles de vos élèves, en particulier sur l'utilisation faite de cette Carte presse élève :

Comment a-t-elle été utilisée ?
A-t-elle permis de surmonter des difficultés ?
Permet-elle de rendre vos élèves plus acteurs et plus autonomes en "classe-presse" ?

Pour en savoir plus
sur la carte de presse du journaliste professionnel :

Le terme de journaliste désigne un métier qui recouvre des activités et des compétences multiples et variées, selon les organisations et les formes de presse. Pour mieux rendre compte des différentes "facettes" de ce grand métier, ce site propose une cartographie des métiers du journaliste : rédacteur en chef, reporter-rédacteur, graphiste-maquettiste, éditeur rédactionnel... jusqu'aux activités de diffusion des supports numériques sur le WEB.

Sources :

http ://www.metiers-presse.org/

http ://www.ccijp.net/
Site Commission de la Carte d'Identité des Journalistes professionnels : historique de la carte presse, commission d'attribution, formulaire, chiffres.

http ://www.ojd.com/engine/
Site association pour le contrôle de la diffusion des médias, observatoire et prospective : chiffres, évolutions, enjeux et défis de la presse écrite.

Autre source sur le journalisme collégien et lycéen :

Jets d'encre : Association nationale pour la défense et la promotion de la presse d'initiative jeune > rubrique créer son journal > ressources en ligne (déontologie de la presse et charte journaliste jeune, revue annuelle des journaux collégiens et lycéens dont le Clemi est dépositaire légal, blogs et webzines)

http ://www.jetsdencre.asso.fr/indexcreer.php ?p=ressources

La Semaine de la presse et des médias dans l'école

La 24ème Semaine de la presse et des médias se déroulera du 25 au 30 mars 2013 sur le thème : quelles images pour informer ?

Attention : il est indispensable de s'inscrire à cette Semaine nationale. C'est ainsi que vous pourrez bénéficier d'un dossier pédagogique, d'un lot de presse gratuit que vous composerez parmi les titres proposés.

Dès le 5 janvier, inscrivez-vous sur le site www.clemi.org.
Munissez-vous de votre code établissement pour vous identifier.

Les inscriptions des enseignants à la 24ème *Semaine de la presse et des médias dans l'école*® **débuteront le jeudi 10 janvier 2013** et se dérouleront en deux phases distinctes :

Phase 1 : **du jeudi 10 janvier** à 12 heures **au jeudi 24 janvier 2013** à 12 heures (panier limité à 80 titres de presse).

Phase 2 : **du jeudi 24 janvier** à 12 heures **au samedi 9 février 2013** (complément du panier avec les titres encore disponibles, jusqu'à épuisement des stocks).

Faites la Une 2013

Dans le cadre de la 24 ème Semaine de la Presse et des Médias dans l ' Ecole, l ' équipe académique du Clemi (Centre de liaison de l ' enseignement et des médias d ' information) organise un concours de Unes intitulé " **Faites la Une** ! ".

Grâce à un partenariat avec l'agence AFP de Rennes un corpus de dépêches et d'images d'actualité sera proposé aux classes volontaires dès 8 heures le lundi 25 mars sur le site de l'académie.
Il s'agira pour les élèves de la maternelle au lycée, de recueillir cette sélection de dépêches, photos et infographies de presse pour les hiérarchiser et composer les Unes de leur journal imaginaire.
Ces productions pourront être réalisées en français, en langue étrangère ou régionale.
Les candidats concourront dans quatre catégories : école maternelle, école élémentaire (cycle 2 et 3), collège (6 e /5 e et 4 e /3 e), lycée. Des prix récompenseront les établissements gagnants et les lauréats recevront leurs prix à l ' occasion d ' une rencontre avec des journalistes professionnels. Un **recueil d ' une sélection de " Unes "** de chaque catégorie sera adressé à tous les établissements qui prendront part au concours.
Les Unes devront parvenir au Clemi académique pour le **17 avril 2013**, délai de rigueur, par voie postale ou par courriel.
Plus d'info sur http ://espaceeducatif.ac-rennes.fr/jahia/Jahia/site/espaceeducatif3/pid/19000

Réaliser des journaux scolaires et faites les connaître

Un kit pour aider à la création d'un journal proposé par "Jets d'encre", c'est ici : http ://www.jetsdencre.asso.fr/le-kit-creer-son-journal/
Vous avez jusqu'au 13 mars 2013 pour envoyer vos journaux scolaires à :

Clemi Bretagne

Rectorat d'académie, bureau 305,

96 rue d'Antrain,

CS 10503, 35705 Rennes cedex 7

Tél : 02 23 21 75 92

Mobile : 06 75 71 49 15

clemi.bretagne@ac-rennes.fr

3.

DÉCOUVRIR

LES JOURNAUX PARTENAIRES

ET

TRAVAILLER

SUR LA PRESSE

EN CLASSE

Présentation des journaux partenaires

- **OUEST-FRANCE**
- **Le Télégramme**

OUEST-FRANCE

Nom du journal	Ouest-France
Siège social	rue de Breil - ZI Sud Est - 35051 Rennes Cedex 9
Directeur de la publication Rédacteur en chef	François Régis Hutin Jean-Luc Evin
Date de création	7 août 1944
Les rédactions	dans 61 villes de l'ouest et Paris
Jour de parution	6 jours sur 7 + Dimanche Ouest-France
Prix	0,80 € (0,95 € le vendredi avec TV) et 0,90 € le DOF
Effectif total au journal Journalistes Correspondants	1559 530 2658
Diffusion en exemplaires	780 779 ex/jour (OJD 2010) 355 152 ex/Dimanche Ouest-France
Nombre de lecteurs	2.231.000 de lecteurs dans l'ouest (DOF : 1.206.000)
Nombre de pages Nombre de pages couleur	de 28 (un jour d'août très creux) à 110 (un samedi riche en petites annonces). En moyenne, 46 pages dont 16 en couleur.
Format	Berlinois et Tabloïd (demi format) pour le Dimanche Ouest France
Type de publicité et superficie	Publicité "d'image", publicité "de trafic" et petites annonces Superficie moyenne : 43 % des 46 pages Importance due aux petites annonces et aux encartés Precom
Site internet	www.ouest-france.fr (10.4 millions de visites par mois)

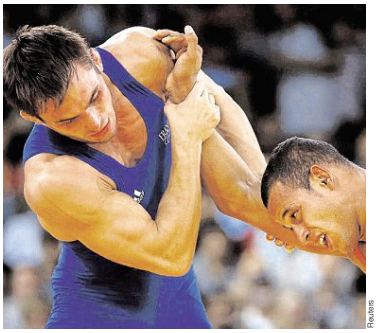
ouest france

Justice et Liberté

0,80 € Mercredi 8 août 2012

N° 20673 www.ouest-france.fr Tél. 02 99 32 60 00
Directeur de la publication : François Régis Hutin
Relations abonnés : tél. 02 99 32 66 66

Journée en bronze pour les Bleus



Le gymnaste Hamilton Sabot a créé la surprise, hier, en s'adjugeant le bronze en barres parallèles. Même récompense pour Steeve Guénot, en lutte gréco-romaine. Autre bonne nouvelle, la qualification en basket des Bleues pour les demi-finales. En **Sports**

Reuters

Stade Rennais : Laurent Huard, l'emblème du club

Opéré à deux reprises il y a quelques mois d'un problème cardiaque, Laurent Huard, récemment diplômé, continue de former avec brio les jeunes joueurs du Stade Rennais. Pour la dixième saison consécutive, il fera partie du staff Rouge et Noir.

Page **Rouge et Noir**, en **Sports**

Ouest-France

Le Tour de France 2013 passera par l'Ouest

En **Sports**

Sous-préfectures : l'avenir en question

Page **3**

Ille-et-Vilaine

Gîtes de France : bilan morose à mi-saison
Page **7**

Un camion en équilibre contre le talus à Vezin-le-Coquet
Page **7**

Punkettes russes : trois ans requis

Elles avaient manifesté contre Vladimir Poutine, en février, dans une cathédrale de Moscou. Le procureur a requis trois ans de prison contre les trois membres du groupe Pussy Riot. La chanteuse Madonna leur a apporté son soutien.

Page **2**

ERA

En prison, la vie devient moins chère

Chips, café, vêtements, piles pour la radio... Les produits revendus aux détenus – les « cantines » – ne sont plus achetés par chaque établissement, mais par l'Administration pénitentiaire. Du coup, les prix ont beaucoup baissé.

Page **4**

Philippe Renault

Mort du journaliste Michel Polac

On lui doit le turbulent *Droit de réponse*, à la télé, dans les années 1980. Ou encore *Le Masque et la Plume*, émission culturelle de *France Inter*. Journaliste, écrivain et producteur, Michel Polac est mort, hier, à l'âge de 82 ans.

Cultures, en fin de journal

AFP

Point de vue par Yves Morvan (*)

Fractures territoriales

Le gouvernement s'est doté d'un ministère de l'Égalité des territoires et du Logement. Il est chargé de réduire les inégalités entre certaines zones du pays, diversement équipées en services de toutes sortes : formation, santé, culture, accès aux réseaux numériques... En réduisant ces « fractures territoriales », qui se sont creusées au fil du temps, on espère contribuer à la réduction des « fractures sociales ». Ce qui soulève plusieurs questions.

Tout d'abord, les territoires peuvent-ils être « égaux » ? Évidemment, ils ne le seront jamais totalement. Chacun possède son histoire, ses particularités géographiques, ses atouts... Mieux vaut parler de différences. L'espace national est riche de diversités qui sont aussi des potentialités.

En revanche, cette fameuse « égalité » signifie surtout que les citoyens, où qu'ils vivent, devraient bénéficier des mêmes droits fondamentaux (en matière d'éducation, de transport, de logement...) et accéder aux mêmes chances de réussite, de façon à réduire les risques d'exclusion, de pauvreté, de chômage. Y compris dans les quartiers déshérités et les campagnes en péril. Sans verser, toutefois dans un égalitarisme mythique : les TGV ne s'arrêteront pas dans toutes les gares rurales (s'il en reste !) et on ne trouvera pas un hôpital au cœur de chaque canton.

Deuxième question : la situation des territoires explique-t-elle les inégalités sociales ? Oui, mais pas complètement... D'autres facteurs interviennent : la situation professionnelle, le sexe... De surcroît, de puissantes politiques de péréquation et de redistribution des revenus viennent très nettement atténuer ces fractures sociales. À telle enseigne que les habitants de certains territoires de l'Ouest, au PIB (produit intérieur brut) par habitant pourtant très faible, affichent malgré tout des revenus satisfaisants grâce aux transferts sociaux (retraites, prestations diverses...) dont ils bénéficient et qui, dans certaines zones, représentent jusqu'à 60 ou 70 % des revenus distribués.

Des choix à faire

Troisième observation : si la lutte contre les inégalités territoriales s'impose, si des discriminations positives en faveur des territoires les plus déshérités sont même nécessaires, cette démarche a ses limites. On n'aménage pas le territoire comme on étale du beurre sur du pain, de façon lisse et homogène : tout ne peut pas se faire partout...

Dans une période de difficultés financières, où l'accès aux services a un coût, des choix doivent être faits. En même temps qu'on veille à une bonne répartition des moyens sur tout le territoire national, il ne faudrait pas négliger le nécessaire renforcement de la compétitivité de certains pôles (centres de recherche, métropoles, pôles de compétitivité...). Par leur dynamisme et la présence de certains atouts spécifiques, ces pôles entraînent bon nombre de territoires derrière eux et permettent ainsi de dégager d'importantes ressources susceptibles d'être redistribuées.

Paradoxalement, une trop forte lutte contre les inégalités territoriales, si elle se faisait au détriment de certaines de ces zones porteuses, pourrait alors, faute de moyens, entraîner un accroissement des inégalités sociales.

(*) Professeur émérite des Universités.

Le Télégramme

Nom du journal	Le Télégramme
Siège social	7 voie d'accès au port BP 67243 29672 Morlaix cedex
Directeur de la publication Rédacteur en chef	Edouard Coudurier Marcel Quiviger et Olivier Clech
Date de création	18 septembre 1944
Les rédactions	Siège social à Morlaix 23 rédactions locales réparties sur le Finistère, les Côtes-d'Armor et le Morbihan
Jour de parution	du lundi au dimanche Non parution 3 jours dans l'année seulement : 1er mai, 25 décembre et 25 janvier
Prix	0,85 euros du lundi au vendredi, 0,95 € le samedi et 1 € le dimanche (supplément TV et Fémina)
Effectif total au journal Journalistes Correspondants	650 229 700
Diffusion en exemplaires	Tirage : 208 000 (2011)
Nombre de lecteurs	555 000 lecteurs. 72% par portage et poste 28% en kiosque. 2800 points de vente
Nombre de pages Nombre de pages couleur	80 au maximum 40 pages quadri au maximum
Format	Tabloïd

Morbihan

Loisirs. La Bretagne en fête sous toutes ses coutures

Danse bretonne, Pardon des motards, Festival Astropolis, de quoi satisfaire tous les goûts... **Page 35**.

Le Télégramme

Nord Finistère

0.85 €

www.letelegramme.com Tél. 09.69.36.05.29. / 7 voie d'Accès au Port, 29672 Morlaix / Directeur de la publication : Edouard Coudurier

N° 20.875 LUNDI 13 AOÛT 2012

C'EST GÉANT !

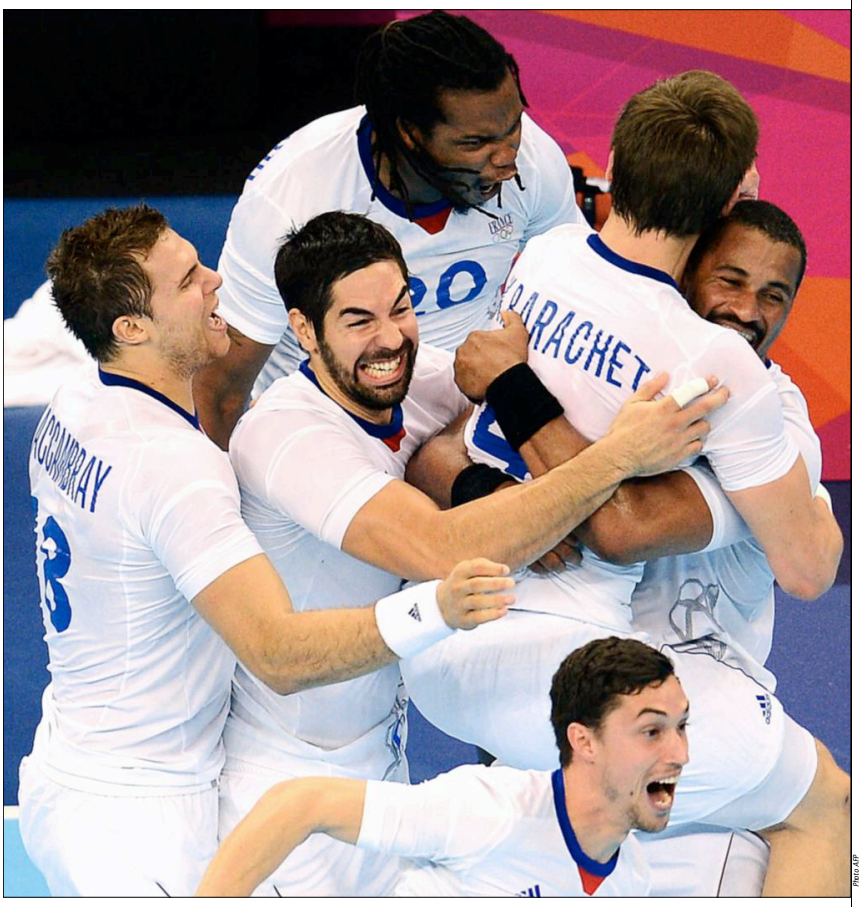


Photo AFP

Quelle médaille pour la fin de ces JO de Londres ! Les « Experts » (ci-dessus, la joie de Nikola Karabatic et de ses coéquipiers) ont conservé leur titre olympique, en handball, hier, face à la Suède (22 - 21). « La sensation du travail bien fait » pour Claude Onesta, leur entraîneur. ***Pages 2 à 7 et 20 des Sports***

OUVERT MERCREDI 15 AOÛT
Armor·lux
Les Nouvelles Collections sont arrivées !
Nos boutiques :
BREST
51, rue de Siam - Tél. 02 98 44 68 11
QUIMPER
C.C. Géant, Route de Bénodet - Tél. 02 98 53 20 18
BÉNODET
14, avenue de la Plage - Tél. 02 98 57 26 89
Nos magasins de vente directe* :
SAINT-RENAN
Espace Ccial les Rives du Lac - Tél. 02 98 84 33 47
CROZON
Rue Croas An Doffen - Tél. 02 98 26 27 90
QUIMPER
Z.I. Kerdroniou Ouest - Tél. 02 98 90 83 83
Et également :
LA BOSSE DES MARQUES
BREST
ZI Kergaradec
5, rue Gaston Planté
Tél. 02 98 42 59 14
LIQUIDATION

ROSCOFF

L'OURSIN À L'ÉTUDE CONTRE LE CANCER

Photo Claude Paganl

Les deux enseignants-chercheurs du CNRS de la station biologique de Roscoff, Patrick Cormier et Bertrand Cosson (ci-dessus), s'intéressent au plus haut point aux oursins dans la recherche contre le cancer. L'invertébré et l'homme ont 70 % de gènes en commun, une aubaine pour la science. *Dernière page*

NOYADES EN SÉRIE

TOUJOURS AVOIR UN ŒIL SUR SON ENFANT

Page 4

CANARIES

LES INCENDIES GAGNENT DU TERRAIN

Page 2

POLITIQUE

HOLLANDE-SARKOZY : LE DUEL CONTINUE

Page 5, le Point de vue de Christine Clerc

MÉTÉO BRETONNE

LES CLICHÉS ONT LA VIE DURE

Photo François Destoc'

Un peu de clémence pour la météo de la région ! C'est tout ce que demandent les Bretons aux présentateurs météo qui ne lésinent pas sur les prévisions catastrophiques. Parce que, s'il pleut à Brest ou ailleurs un jour, ce n'est pas forcément le cas sur toute la Bretagne et le tourisme en fait les frais. *Page 3*

Aide à la rédaction de l'article

*

Les trois tailles d'articles

- Article long : environ 2500 signes

Article obligatoirement illustré. Ne pensez pas à l'illustration au dernier moment !

- Article court : entre 500 et 1500 signes

Article obligatoirement illustré. Ne pensez pas à l'illustration au dernier moment !

- Brève (article très court) : moins de 5OO signes (illustration non exigée)

Les illustrations

Tous les articles longs doivent être accompagnés d'illustrations : photos, dessins, infographies réalisés par les élèves. Les illustrations ne peuvent pas être prises dans les journaux ou sur internet. Les élèves seront les auteurs de leurs illustrations. Pensez donc à prendre des photos quand vous faites votre reportage ou votre interview.

N'hésitez pas à créer des situations, à mettre en scène votre sujet, pour illustrer votre article.

Consignes pour l'envoi des articles et illustrations :

Vous déposerez sur la plate-forme vos illustrations (photos, dessins, infographies, BD...) en deux résolutions : en basse résolution pour l'édition web et en haute définition (1 Mo minimum, soit 200 ko en format jpg) pour une éventuelle publication papier.

Conseil : gardez un exemplaire de la photo, dessin, infographie, sans oublier de noter l'article que cela concerne, la classe et l'auteur de l'illustration. Les journaux auront peut-être besoin de vous les demander au moment de la mise en page d'une valorisation éventuelle. Les illustrations mises sur la plate-forme internet académique ne sont pas forcément exploitables pour l'impression dans les journaux.

L'écriture journalistique en "classe-presse"

Présentation générale

Les objectifs pédagogiques

- Développer les apprentissages fondamentaux pour la maîtrise de la langue : écrire pour être lu.
- Travailler les compétences du B2i
- Eduquer aux médias et à la citoyenneté - ***« être éduqué aux médias et avoir conscience de leur place et de leur influence dans la société »*** - axe 6 du socle commun des connaissances et des compétences.

Objectifs de production d'articles :

Tous les articles et toutes les productions visuelles sont publiés, par les classes, sur la plate-forme PHARE. Cette plate-forme sert aussi au vote des élèves pour désigner "le" meilleur article, mais aussi de base de lectures et de sélections pour le comité de rédaction qui lit et sélectionne les articles pour les suppléments encartés : reportages, interviews, échos, billets, brèves, illustrations et légendes sur la thématique de l'année.

1 - connaître le journal

Première question à se poser : pour qui allons-nous écrire ?

Comprendre ce qu'est un journal, ce qu'est un quotidien régional, un quotidien national. Ecrire des articles de presse, c'est un acte de communication qu'il faut traiter comme tel avec les élèves. Pour cela il faut commencer par faire connaître aux élèves la plate-forme des classes-presse sur laquelle sont publiés les articles. Familiariser les élèves à l'outil, mais aussi prendre connaissance de quelques-uns des articles qui retiennent leur attention.

- *phares.ac-rennes.fr/classespresse_2008/ (le développement durable en question)*
- *phares.ac-rennes.fr/classespresse_2009/ (nourrir/se nourrir)*
- *phares.ac-rennes.fr/classespresse_2010/ (Internet, un nouveau monde)*
- *phares.ac-rennes.fr/classespresse_2011/ (Les solidarités)*

De plus, faites découvrir aux élèves les journaux et les caractéristiques d'un journal départemental ou régional.

Nous vous proposons pour ce faire, de débuter par une séance de feuilletage. Feuilleter la presse pour le plaisir. Feuilleter et découvrir des journaux inconnus. Feuilleter différents quotidiens pour comparer le traitement d'une information... Le feuilletage est une bonne entrée pour susciter la curiosité des élèves et les sensibiliser à la variété des titres et de leur contenu.

Pour vous aider, consulter la fiche pédagogique Clemi : Une séance de feuilletage
http ://www.clemi.org/fr/ressources/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_id/-6

Compléter avec des comparaisons de journaux nationaux disponibles au CDI et régionaux en France (sur le site de la Presse Quotidienne Régionale, vous retrouvez tous les jours les 49 Unes de la presse quotidienne régionale). http ://unes.spqr.fr/.

Consulter la fiche CLEMI : Découvrir la presse régionale
http ://www.clemi.org/fr/ressources/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_id /18

Les choix du lecteur rencontrent ceux d'une rédaction attachée à un titre de presse : loin d'être un fourre-tout, le journal est organisé selon ses règles propres. Cette fiche propose la découverte, par les élèves, des éléments qui contribuent à une lecture efficace de la presse.

Pour vous aider, consulter la fiche Clemi : la circulation dans le journal
http ://www.clemi.org/fr/ressources/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_id/8

Connaître la loi de proximité dans les médias

Les journaux nationaux et régionaux n'ont pas le même nom ni les mêmes informations ni les mêmes publicités. Ces comparaisons sont instructives pour comprendre comment un média

sélectionne les informations, sur quels critères de proximité et quel est son lectorat. L'ensemble de ces caractéristiques est appelé la loi de proximité des médias.Pour vous aider, consulter la fiche Clemi Bretagne : la loi de proximité dans les médias.

(fiche "classes-presse", utiliser les suppléments des "classes-presse" pour comprendre qui sont les lecteurs à qui on s'adresse)
http ://espaceeducatif.ac-rennes.fr/jahia/webdav/site/espaceeducatif3/

Vous retrouvez les "Unes" des suppléments "classes-presse" des années précédentes à l'adresse :
http ://espaceeducatif.ac-rennes.fr/jahia/Jahia/site/espaceeducatif3/pid/17181

2 - connaître la déontologie du journaliste

La déontologie, c'est l'ensemble des droits et des devoirs d'une profession. La déontologie du journaliste découle de sa mission essentielle, qui est celle d'informer, et d'une liberté fondamentale de tout être humain, le droit à l'information, à la libre expression et à la critique.

Les devoirs essentiels du journaliste :

- respecter la vérité
- défendre la liberté de l'information, du commentaire, de la critique
- publier seulement les informations dont l'origine est connue
- respecter la vie privée des personnes
- garder le secret professionnel et ne pas divulguer la source des informations obtenues confidentiellement
- ne pas utiliser de méthode déloyale pour obtenir des informations, des photographies, des documents
- rectifier toute information publiée qui se révèle fausse
- ne pas plagier, calomnier, diffamer, accuser quelqu'un, ni recevoir une récompense pour avoir publié ou supprimé une information
- ne pas confondre son métier avec celui d'un publicitaire
- refuser toute pression.

3 - connaître les différents types d'articles

Voir ci-après la fiche sur les genres journalistiques

4 - choisir l'angle de son article

L'angle, c'est le point de vue que l'on adopte. Exemple : si vous partez d'un événement ou d'une actualité qui s'est passé dans votre établissement ou dans votre quartier, vous allez interroger les différents participants et montrer le regard qu'ils ont porté sur cet événement et

sur cette actualité, c'est à dire multiplier les points de vue.
Choisir l'angle d'un article, c'est sélectionner les informations que vous allez retenir. Car vous ne pouvez pas tout dire sur un même sujet. Et un même sujet peut être traité selon plusieurs angles qui donneront chacun un article.

5 - hiérarchiser les informations

Le style journalistique, contrairement au style littéraire, fait ressortir immédiatement l'essentiel. Dès le début de l'article, il faut pouvoir répondre à quatre questions :
Qui ? : faire connaître la personne dont on va parler ou que l'on a interrogée (le nom, l'âge, la situation professionnelle ou autre information en lien avec le contenu).
Quoi ? : Qu'est ce qui se passe ? De quoi va-t-on entretenir le lecteur ? Quel est le sujet de l'article ?
Quand ? Et Où ? : Le temps et le lieu sont des données fondamentales, à ne jamais oublier.

La suite des paragraphes développe en ordre décroissant d'importance la réponse aux questions : Comment ? Pourquoi ? Ou bien Pour quoi ? (ce que l'on appelle dans les pays anglo-saxons la règle des 5W : Who ? What ? When ? Where ? Why ?)

C'est une construction en pyramide inversée, en ordre décroissant d'importance. Pour mieux comprendre, vous pouvez proposer aux élèves l'étude de dépêches d'agence.

Pour vous aider, consulter la fiche pédagogique Clemi : de la dépêche à l'article
http ://www.clemi.org/fr/ressources/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_id/34

Ainsi que le site de l'actualité de l'Agence France Presse (AFP) sur voilà Actu
http ://actu.voila.fr/

La « Une » des journaux représente l'accueil et l'entrée du journal. Elle témoigne du choix d'une rédaction et de la hiérarchisation de l'information. Voici un exercice classique qui permet de synthétiser rapidement les notions de base de l'information écrite.

Consulter la fiche Clemi : la « Une des journaux »
http ://www.clemi.org/fr/ressources/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_id/10

6 - Rédiger l'article

Attention aux choix des mots (concrets, imagés, précis, vivants). Proscrire les sigles ou les expliciter. Pas de mots trop scientifiques ou en donner le sens. Utiliser un style direct, le présent, le passé composé.

Les dépêches des agences de presse représentent des outils très utiles pour travailler en classe sur cette forme particulière d'écriture journalistique, basée sur la clarté, la précision et la concision cherchant à atteindre une efficacité maximale.

Pour vous aider, consultez la fiche Clemi : écrire clair, concis, précis.
http ://www.clemi.org/fr/ressources/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_id/20

7 - soigner l'habillage du texte

C'est transformer le texte en véritable article de presse. Les articles journalistiques sont conçus en fonction de règles précises qui vont en faciliter l'écriture.

Le titre
C'est lui qui va donner envie de lire l'article. Il peut être informatif ou incitatif. Le titre informatif donne une information précise. En le lisant, on apprend quelque chose. Il répond aux questions qui et quoi.
Ex : *Expulsion des sans-papiers à Paris.*

Le titre incitatif
Son objectif n'est pas de donner l'information principale de l'article, mais son sens général, en étant suffisamment accrocheur pour inciter à la lecture.
Par exemple : *Sans toit ...ni loi.*
Comment on vous espionne ? : personnaliser pour susciter l'intérêt du lecteur.
La ruée vers l'eau : on utilise une expression courante ou le titre d'une œuvre en la détournant.

Le chapeau (ou chapô)
« Il doit coiffer l'article sans lui faire d'ombre » (Y. Agnés, *manuel du journalisme*), c'est à dire qu'il complète le titre, résume l'essentiel de l'information et donne envie de lire le reste.

L'attaque
C'est la première phrase de l'article proprement dit. C'est une phrase bien travaillée ou une citation. Elle doit être originale, brève, rythmée : c'est fait pour accrocher le lecteur.

Les intertitres
Placés à intervalle régulier (toutes les 20 ou 30 lignes), ils sont faits pour relancer le lecteur. Ce sont quelques mots le plus souvent tirés du texte et imprimés en gras.

La chute
C'est la dernière phrase de l'article souvent courte et travaillée. Elle peut ouvrir sur d'autres perspectives que celle de l'angle retenu. Elle est importante, car c'est elle qui laissera une impression au lecteur.

8 - illustrer un article

Pour aérer une page, il est important de recourir à ce que l'on appelle les visuels : photos, infographies, tableaux, dessins, selon les cas. Attention ! Ils ne sont pas là pour faire beau,

mais pour enrichir ou préciser l'article. Ils doivent contenir de l'information. (Tenir compte des recommandations faites ci-dessus, cf 2ème phase, en particulier la mention des sources). Penser à indiquer l'auteur du visuel. Une illustration comme un tableau ou une infographie doit être accompagné d'une légende. Il ne s'agit pas de décrire ce que tout le monde voit, mais de donner des informations supplémentaires et compléter le contenu de l'article.

Il faut soigner ces éléments, car ce sont eux aussi qui vont immédiatement capter l'attention du lecteur et lui donner envie ou non de lire le texte.

Ont été utilisés pour réaliser ces pages :

- le site du Clemi et plus spécialement, les fiches pédagogiques
- le site de l'AFP pour les dépêches d'agence et les photos de presse

Pour en savoir plus, consulter les ressources en ligne sur le site du Clemi Bretagne :

http ://espaceeducatif.ac-rennes.fr/jahia/Jahia/site/espaceeducatif3/pid/16106

L'écriture journalistique (fiche élève)

L'objectif du journaliste est d'être lu !

Il faut donc convaincre votre lecteur qu'il doit lire (et jusqu'au bout !) votre article. Il faut le prendre par la main, le guider tout au long de votre texte et le laisser sur une bonne impression.
Au collège ou au lycée, vous êtes habitués à écrire pour vos professeurs et il y de bonnes chances qu'ils aient lu tout votre texte avant de le noter. Mais il n'en va pas de même avec la lecture du journal. Tout le problème des journalistes est d'intéresser ses lecteurs. Vous devez donc ne plus écrire simplement pour votre famille, vos amis ou vos professeurs. Mais aussi pour tous ceux qui visitent la plate-forme des classes-presse, et ils sont nombreux !

Voici un petit résumé des méthodes de travail des journalistes pour vous aider à rédiger vos articles.

Ecrire pour être publié !

Quand vous rédigez vos articles, pensez à vos futurs lecteurs. Mettez-vous dans la peau du lecteur : expliquez-lui les choses comme vous auriez vous-même besoin de les lire pour les comprendre.
Méfiez-vous : après plusieurs jours d'enquête sur un sujet, ou plusieurs semaines, vous êtes un vrai spécialiste de votre sujet. Ce n'est pas le cas de votre lecteur. Votre sujet est a priori neuf pour lui et il vous faut tout lui expliquer.

Les trois notions essentielles du journaliste :

L'angle d'un article, c'est le regard que l'on porte sur le sujet, le point de vue selon lequel on se place. Tout article doit avoir un angle et un seul. Vous ne pouvez pas tout dire dans un seul article ! Si vous avez la possibilité de traiter plusieurs angles d'une même information, faites autant d'articles différents.

Exemple : si je veux faire un article sur les énergie, je peux retenir les métiers, rencontrer un responsable d'une entreprise, sonder ma famille ... Je ne peux pas tout dire dans un seul et même article : ce serait bien trop long et au final confus et fastidieux ! Je peux donc écrire plusieurs articles : chacun de ces angles sera traité dans des papiers séparés.

Par conséquent, **écrire un article sous un certain angle, c'est faire des choix**. Toutes les informations que vous avez récoltées ne seront peut-être pas utiles pour illustrer votre angle. Il faut les abandonner. Choisir un angle, c'est sélectionner l'information.

Le message essentiel, c'est l'information, c'est à dire se demander : "Quoi de neuf ? Quoi de plus important pour mon lecteur ?" sur le sujet que je veux aborder.

Trouver le message essentiel, c'est donc sélectionner l'essentiel et écarter l'accessoire. Comment déterminer le message essentiel ? En répondant aux 6 questions de référence sur votre sujet : Qui ? Quoi ? Où ? Quand ? Comment ? Pourquoi ?

Faire un plan en journalisme, c'est hiérarchiser l'information en fonction du message.

Le message essentiel est toujours donné en tête d'article.

Hiérarchisez (classez) ensuite les informations :

- du plus important au moins important
- du plus concret au plus abstrait
- du particulier au général
- du présent au passé.

Songez également à regrouper votre information de manière à ne pas revenir en arrière. Quand vous abordez une idée, traitez-la complètement avant de passer à une autre.

Le choix des mots

Cherchez à employer des mots courts, simples (les plus usuels), précis, concrets et imagés. Il y a souvent un mot juste pour chaque situation : essayez de le trouver. Méfiez-vous des mots scientifiques et techniques. Ils ne sont pas compréhensibles par tout le monde ou expliquez-les.

Première chose à faire avant de les utiliser : les comprendre. Sinon vous ne saurez pas transmettre l'information dans toute sa précision à vos lecteurs.

Evitez d'employer trop de chiffres : choisissez les plus significatifs. Préférez un pourcentage à un chiffre brut : il permet de comparer. **Citer vos sources documentaires.**

Avant de publier votre article, faites le relire par d'autres élèves de la classe, ou par vos parents, vos ami(e)s.

Faire des phrases courtes

20 mots, c'est déjà beaucoup pour qu'un lecteur puisse mémoriser votre phrase.

Comment faire pour écrire court ?

- supprimez les redondances, répétitions, adjectifs et adverbes qui n'apportent pas d'information
- ne donnez qu'une seule information par phrase
- alternez vos phrases les plus longues avec des phrases courtes. Cela donnera du rythme à votre texte. Utilisez aussi les phrases sans verbe : elles relancent la lecture
- soyez vivants ! Ecrivez au présent, ne lésinez pas sur l'humour et l'originalité, insérez des citations, opinions, extraits d'interviews en style direct

L'habillage

Habiller un texte, c'est le transformer en un véritable article de presse et non en un devoir ou un exposé !

Donnez-lui un titre : soignez-le, c'est lui qui donnera envie de lire votre article. Percutant et court, il peut être incitatif ou informatif. Il peut être précisé ou renforcé par un sur-titre et un sous-titre.
L'habillage, c'est aussi rédiger un chapeau (chapô), dès que l'article est long (plus de 1000 signes). Un chapeau est un texte de quelques lignes entre le titre et l'article qui donne le message essentiel, mais de manière plus développée que le titre.
Titre, chapeau et articles sont autonomes. Ils doivent pouvoir se comprendre séparément. Ils contiennent chacun le message essentiel plus ou moins développé : ce sont donc les mêmes informations qui sont répétées, mais sous une forme différente.
Pensez à signer vos articles.

Illustrer

Une illustration enrichit ou précise l'article : elle doit informer.
Les schémas, tableaux doivent toujours être très clairs. Simplifiez-les au maximum. Les illustrations (photo, schéma, dessins, collages, peintures, ...) doivent toujours s'accompagner du nom de son auteur et d'une légende. Une légende ne doit pas décrire simplement ce que tout le monde voit. Elle doit donner des informations supplémentaires, compléter le contenu de l'illustration. Soignez vos légendes : ce sont aussi des entrées pour donner envie de lire le texte.
Ne prenez jamais de photos dans un espace vide, non habité : faites en sorte que des personnes soient dans cet espace si vous voulez que votre photo ait du poids.

Les genres journalistiques

Ecrire pour être lu en s'intéressant aux différents genres journalistiques.

Pourquoi connaître les règles de base de l'écriture journalistique et les genres journalistiques ?

• parce que, lorsqu'on est amené à écrire des articles, la connaissance de ces règles facilite le travail : on a par exemple moins besoin de se demander comment démarrer l'article si l'on respecte la règle des 5W.
Mieux vaut se demander avant qu'après avoir écrit l'article si l'on a choisi le genre le plus adapté pour traiter le thème abordé. Les articles ratés le sont plus souvent parce l'auteur s'est trompé dans le choix du genre que parce qu'il sont mal écrits.

• pour avoir un regard critique lorsqu'on lit la presse. Connaître les modes de travail des journalistes permet de juger de la qualité d'un article. Un reportage ou une enquête se juge différemment, de même qu'un billet ne doit pas être lu comme une brève, un portrait comme une interview…

Les genres journalistiques

• L'enquête est le genre roi

Elle part d'une hypothèse, d'une attitude, d'une révolte et se propose d'établir une démonstration grâce à un travail d'enquête approfondi.
Pour mener l'enquête, la stratégie de l'escargot : les sources vont en s'élargissant, chacune vérifiant l'hypothèse émise par les sources précédentes. Une fois ma conviction acquise et les hypothèses confrontées, je fais le chemin inverse en interrogeant mes interlocuteurs sur la nouvelle hypothèse.
Dans la rédaction de l'article, ne pas perdre de vue qu'on doit faire une démonstration que le lecteur doit pouvoir suivre pas à pas.

• L'interview

Une personne s'exprime sur un sujet. L'objet de l'interview est de révéler une information, d'expliquer/analyser un propos, de commenter une information par l'intermédiaire de l'interviewé.
Il est souhaitable de savoir avant l'interview ce que l'on cherche à obtenir : une info, le commentaire sur une info, une analyse… ? Ce genre ne demande pas forcément de savoir bien écrire, mais plutôt de savoir retranscrire. Il faut pouvoir équilibrer questions ouvertes et

fermées sur le sujet. Il faut réécrire un peu, hiérarchiser l'information, si possible trouver un angle.Des conseils :
- préparer l'interview. Plus on a d'infos en venant, plus on en aura en repartant
- ne pas se laisser impressionner !
- ne pas se laisser embarquer par le discours de l'interviewé
- préparer suffisamment de questions mais pas trop non plus. C'est sans doute bien d'en avoir 3 ou 4, puis de construire les autres au fur et à mesure de l'échange
- on n'est pas obligé de retranscrire ses questions dans l'article, surtout si elles n'apportent pas d'information nouvelle en tant que telles. Mieux vaut parfois créer des intertitres avec des phrases fortes de l'interviewé
- retranscrire fidèlement les propos de l'interviewé. Il faut bien sûr rester fidèle aux propos entendus, mais aussi faire en sorte que la personne interviewée se dise "ce n'est pas très exactement ce que j'ai dit, mais c'est ce que j'aurais dit si j'avais été très bon". On peut aussi rassembler les propos dans une autre succession que celle qu'a suivie l'interview.
Faut-il faire relire par la personne ? Cela dépend de ce que l'on a négocié avec elle avant l'interview.

- **Le portrait**

Le portrait peut ainsi permettre d'aborder un sujet de société. On met en œuvre les techniques du reportage pour mettre en scène le sujet. On peut partir d'une interview. C'est la personne qui est le centre de l'article. Cela demande de la rencontrer, de rencontrer aussi son entourage.

Comment choisir entre le portrait et l'interview ?
On ne sait pas toujours comment choisir entre les deux. Les deux reposent sur la rencontre d'une personne. C'est dommage de réaliser une interview lorsque la personne est plus forte, originale et impressionnante que son propos. Le portrait est alors plus adapté.

- **Le reportage**

C'est une tranche de vie : faire voir, sentir, sans expliquer. Le lecteur va se faire lui-même un avis en lisant l'article. C'est comme si l'on débarquait avec une caméra ou un magnétophone, sauf que le stylo et le bloc-note créent une autre relation, permettent de prendre plus le temps.

- **Le compte-rendu**

Un spectacle, un évènement, une réunion.

- **La tribune**

Le journaliste donne la parole à quelqu'un de l'extérieur pour qu'il exprime une opinion, une analyse.

- **L'analyse**

Sert à décrypter l'information donnée dans un article connexe. Les lecteurs apprécient les analyses placées en marge des interviews, reportages, etc...

- **La brève**

Texte très court qui ne développe que l'essentiel sans entrer dans les détails.

- **La critique**

C'est un genre journalistique qui fait appel à du subjectif : on dit ce que l'on pense d'un livre, d'un film…

- **L'édito**

Là encore, du subjectif, qui donne la tonalité de la publication. C'est l'opinion du rédacteur en chef qui engage son journal.

- **Règles communes à tous ces genres**

Comme cela est détaillé dans l'article cité plus haut :

- les 5 W + attaque ou accroche ou hameçon psychologique (facultatif) = le lead

- ensuite, on développe avec un plan en pyramide inversée : du plus au moins importants (surtout pas de plan avec thèse - antithèse - synthèse !)

- la chute (facultatif) : dernière phrase, fermer la porte, ouvrir une fenêtre

- concevoir une titraille lisible : surtitre, titre, sous-titre, chapô (qui doit résumer), relance (normalement reprise texto du texte avec guillemets).
La titraille est créée dans un second temps : on commence par rédiger l'article, on fait la titraille après.

Pour en savoir plus

Consulter la fiche Clemi : Le B.A.BA pour écrire un article

http ://www.clemi.org/fr/ressources/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_id/90

Le portrait : un genre journalistique :

http ://www.clemi.org/fr/ressources/fichespedagogiques/bdd/page/5

10 conseils pour réussir son article et s'évaluer

1. Vous avez tenu compte de votre lecteur : vous n'avez pas oublié que vous vous adressez à un public et que vous n'écrivez pas pour vous ou vos enseignants. Vous avez expliqué les points (mots, techniques...) compliqués et vous avez cité vos sources.

2. Vous avez choisi un angle que vous avez gardé jusqu'au bout.

3. Vous avez mis votre message essentiel en début d'article.

4. Vous n'avez pas oublié que tout le monde ne connait pas votre sujet et votre lieu d'enquête. Vous avez donc situé le contexte.

5. Vous avez fait partager le côté humain de vos enquêtes et reportages. Et donc vous n'avez pas simplement fait des descriptions techniques, « froides » comme pourrait le faire un article de dictionnaire ou une encyclopédie.

6. Vous avez varié la longueur de vos phrases et le type de phrases (sans verbe, exclamative, interrogative...) car vous voulez capter l'intérêt de votre lecteur.

7. Vous faites parler des gens et vous avez pensé à les citer et à les situer (nom, profession, lien avec le sujet de votre article)

8. Vous avez trouvé votre titre, il est informatif ou incitatif.

9. Vos tableaux, infographies, chiffres, illustrations sont légendés et/ou expliqués et vous avez cité vos sources.

10. Vous avez signé de votre nom, prénom, classe et établissement vos articles et vos illustrations.

Ces 10 conseils d'écriture peuvent aussi servir de critères de lecture pour sélectionner l'article que vous choisirez.

Des fiches pour comparer les journaux des titres partenaires

- **Comparaison des « Unes »**
- **Comparaison des contenus**
- **Réaliser une revue de presse**

Comparaison des "Unes"

Journaux du	Ouest-France	Autre journal
Sens du nom du journal		
Devise		
Prix		
Logo (sens)		
Autres informations données		
Dans le bandeau		
Titre principal du jour		
Nombre de sujets		
Liste des sujets		
Editorial (sujet)		
Surface de photos / total (%)		
Quels publics		
Différences éditoriales		

Comparaison des contenus

Journaux du	Ouest-France	Autre journal
Format		
Surface d'une page		
Nombre de pages Nombre de pages en couleurs		
Nombre de colonnes par page		
Nombre de pages internationales et nationales		
Nombre de pages Bretagne Nombre de pages départementales		
Nombre de pages sur votre commune		
Nombre de pages «sports»		
Nombre de pages «autres»		
Nombre de publicités		
Type de publicité		

Commentaires :

Des revues de presse

La revue de presse concerne la presse écrite. Elle n'admet pas de sélection a priori, permettant justement de lire tous les journaux sans exclusive d'opinion ou de qualité.
Elle consiste à montrer comment les journaux et magazines traitent les faits et les présentent à leurs lecteurs. Elle détecte au passage l'orientation de l'opinion de chaque journal.
La revue de presse est une comparaison de ce qu'il y a dans les journaux. Elle retient des extraits d'articles et les assemble en un montage de citations, organisé selon un angle particulier ou autour d'un thème.
La revue de presse peut s'intéresser à l'ensemble des informations -ou au mieux- se limiter aux informations essentielles. Elle peut se limiter à un type d'articles (éditos) ou à un événement en particulier.
Eventuellement, mais c'est un exercice assez différent, la revue de presse peut être thématique auquel cas les élèves (par groupes) choisissent un thème et réalisent une revue de presse spécifique. (exemple : revue de presse sur le thème de la santé).

1. Déroulement d'une revue de presse

Préparation
Quel est le public auquel s'adressera la revue de presse ?

Matériel
Un éventail de quotidiens

Durée
2 à 4 heures

a) Exploration :
Prise de connaissance des journaux, feuilletages, premières constatations

b) Travail sur chaque journal :
Recenser les titres, choisir les faits qu'on pense retenir

Exemples :

- seuls faits importants qui occupent la "Une"
- un sujet qui n'apparaît qu'en pages intérieures
- mettre en valeur 2 ou 3 faits

c) Mise au point d'un plan de présentation :
Choix des extraits caractéristiques des articles cités
Conclure d'une manière agréable.

d) Présentation :

Ce texte linéaire présente la synthèse des résultats de l'étude. C'est un papier lecture rédigé sur des feuillets numérotés, écrits sur une seule face et donc facile à manipuler.

2. Revue de presse murale : un exercice de synthèse

Objectif : confection de panneaux.

a) Le repérage des titres

1er temps :

Il faut déterminer l'importance que les journaux attribuent aux différents faits du jour

- Quels sont les sujets montés à la "une" des quotidiens ?
- Quels titres sont communs aux différents journaux ?
- Quels sont les premiers titres que perçoit le lecteur ? Dans quel ordre ?

Chaque groupe donne son avis, on trouve des points d'accord.

2ème temps : Appréciation cette fois plus méthodique en fonction de l'emplacement du titre, de la surface qu'il occupe, du corps utilisé (taille et épaisseur des lettres).

3ème temps :

Découpe de manchettes comprenant le nom du journal

Découpe des titres et des photographies étoffant les titres

Premières constatations :

Titres communs aux différents journaux, Ressemblances et différences des énoncés, Ton employé dans chaque journal. C'est déjà une revue de presse, mais elle est simplifiée.

b) Le repérage des sujets

Après feuilletage et prise de connaissance des informations : le groupe relève les sujets qu'il souhaite retenir en fonction de l'intérêt qu'il y découvre.

Choix des sujets à privilégier :

Sur un même sujet, chaque groupe compare les articles.

- Comment les titres à la "une" sont-ils développés ?
- Quels articles trouve-t-on en pages intérieures ?

Les articles sont découpés, analysés et confrontés

- Points communs et différences dans le compte-rendu des faits
- Part de factuel et de commentaire
- Passages similaires : signalés à l'aide d'une même couleur
- Citations mises en valeur

L'origine des articles doit être rappelée avec précision

Les résultats de l'analyse sont commentés sous forme de légendes manuscrites.

3. Revue de presse comparée

Les revues de presse comparées peuvent également porter sur les deux journaux partenaires à l'occasion de la quinzaine de comparaison.

- Repérage des thèmes
- volume d'articles portant sur le thème dans chacun des deux titres.

Des rendez-vous d'éducation aux médias

Semaine de la Presse et des médias dans l'école

Elle se déroulera en France métropolitaine du **25 au 30 mars 2013**.

Le thème de cette 24ème Semaine de la presse est "Quelles images pour informer ?".

Les inscriptions des enseignants à la 24ème *Semaine de la presse et des médias dans l'école®* **débuteront le jeudi 10 janvier 2013** et se dérouleront en deux phases distinctes :
Phase 1 : **du jeudi 10 janvier** à 12 heures **au jeudi 24 janvier 2013** à 12 heures (panier limité à 80 titres de presse).

Phase 2 : **du jeudi 24 janvier** à 12 heures **au samedi 9 février 2013** (complément du panier avec les titres encore disponibles, jusqu'à épuisement des stocks).

Pour en savoir plus, rendez-vous sur les sites du clemi (national ou académique)

Quelques actions proposées :

"Faites la UNE !"

Pour participer au concours "**Faites la UNE !** " et réaliser des "Unes" à partir d'un corpus limité de dépêches et d'images avec l'AFP, en français, en langues étrangères ou régionales.
http ://espaceeducatif.ac-rennes.fr/jahia/Jahia/site/espaceeducatif3/pid/19000

"Citoyen & Reporter"

Réalisez un reportage, un clip vidéo ou un reportage photo sur le thème «patrimoine vivant»
http ://espaceeducatif.ac-rennes.fr/jahia/Jahia/lang/fr/pid/19001

"Concours de journaux scolaires"

Pour participer au concours de journaux 2012 (journaux papiers et journaux en ligne)
http ://espaceeducatif.ac-rennes.fr/jahia/Jahia/site/espaceeducatif3/pid/19002

Pour voir des productions : La galerie des lauréats du concours de journaux scolaires 2011

"Dessins de presse"

En prolongement de l'étude du cédérom sur les images de presse, réalisez des dessins de presse sur l'actualité du mois de mars.

Contact : clemi-bretagne@ac-rennes.fr

4.

DYNAMIQUE POUR IMPULSER

LA CLASSE-PRESSE

Thème : le sport dans tous ses états

Comment mettre en action les élèves ?

Quelques remarques préliminaires

Comme pour tout concept celui ***du sport*** dans tous ses états, n'échappe pas à l'écueil de vouloir parfois trop vite définir, normer, figer une définition et son contenu. Hors, il s'agit bien dans ce projet de mettre à distance des idées toutes faites, parfois même des clichés. Revisiter notre approche du sport , l'interroger, donner à comprendre en actes, en paroles et en images ce qu'il est aujourd'hui pour une même génération d'élèves, est l'enjeu du projet "classes-presse".

Quelque soit les choix pédagogiques que vous mettez en place dans le démarrage du projet "classes-presse", l'élève doit rapidement trouver sa place dans ce projet. C'est la condition essentielle pour qu'il soit acteur, ait envie de prendre des initiatives, et contribue à sa façon à la réussite de tous dans ce projet.

Un projet d'éducation aux médias qui place au centre des apprentissages l'initiative des élèves.

Des objectifs d'apprentissage communs

Etonner, surprendre, éveiller la curiosité, s'impliquer, créer, échanger, avoir envie de communiquer, sont autant de verbes qui ciblent les objectifs poursuivis par cette action. S'ajoutent aussi deux autres champs d'action essentiels : **informer et construire cette information** de façon à intéresser, échanger et partager avec d'autres. Cette dimension du projet est primordiale : les élèves vont, dans leur journal quotidien, découvrir des photos, des articles et réaliser à leur tour des reportages photographiques et des écrits journalistiques non pour eux-mêmes (photos personnelles dans leurs albums ou leurs téléphones portables) ou leurs enseignants (faire un devoir ou un exposé), mais pour d'autres élèves et d'autres adultes qu'ils ne connaissent pas. En plus de la définition de leur projet, ils devront aussi apprendre à **sélectionner l'information**, à la **classer**, à l'**identifier** et à l'**organiser**. Les notions d'angle d'un article, de hiérarchie de l'information, de points de vue sont au centre des choix qu'ils vont devoir faire pour mener à bout leurs articles et leurs productions visuelles : Qui rencontrer ? Pour découvrir quoi ? Pour dire quoi ? Que va-t-on garder comme photos ? Pourquoi ?Que peut-on proposer comme titre(s) ? Quelle(s) légende (s) peut accompagner ces photos ? Quels genres journalistiques choisir pour rendre compte d'un travail de recherche sur le terrain, d'informations ?

Pour les enseignants, le défi à relever est de faire en sorte de répondre aux profils différents des élèves : s'appuyer sur leurs compétences, cerner leurs façons d'apprendre et de comprendre. Pour certains élèves la compétence langagière (orale et/ou écrite) est plus facile

ou plus naturelle. Pour d'autres, partir de leurs vécus et de leurs histoires de vie, est un processus d'appropriation plus efficace pour rentrer dans le projet et y donner du sens.

La presse, un outil pédagogique.

En classe-presse , les élèves sont conduits à fréquenter la presse, à s'interroger sur sa place dans la société actuelle, sur sa fonction, sur l'origine des informations et par conséquent plus largement sur la société dans laquelle ils vivent. Quand des élèves analysent plusieurs « Unes » de journal sur un même événement, ils approchent implicitement les notions de point de vue et acquièrent la compétence 4 du deuxième palier du socle de compétences. En ce sens, la presse en classe-presse, objet de réflexion, développe et forme l'esprit critique.
En classe-presse, la presse est aussi objet d'étude. Pour l'utiliser, il faut la connaître à travers son fonctionnement actuel et passé, se familiariser avec la manière de travailler des journalistes, les impératifs et contraintes de la production (horaires, délais de fabrication), les moyens techniques employés pour la composition, l'impression et leur évolution. En rédigeant des articles sur le thème « *le sport dans tous ses états* », les élèves vont mettre en pratique ce qu'ils ont découvert du fonctionnement de la presse et montrer qu'ils en ont compris les codes.

Mais surtout, en classe-presse, la presse est un formidable **outil pédagogique.** Ce dernier point est particulièrement valorisé dans les projets présentés. L'utilisation de la presse donne du sens aux apprentissages, les consolident, les enrichit.

Les apprentissages fondamentaux . Les élèves lisent des textes authentiques de divers types. Pour les comprendre, ils exercent des stratégies acquises, en comprennent l'utilité, les confortent. Ils en acquièrent d'autres propres à la compréhension fine de certains articles de presse.
De même pour produire des articles, les élèves rédigent des textes de types différents. Ils mobilisent, en situation, leurs connaissances grammaticales, orthographiques et lexicales. Là encore, des connaissances spécifiques à la rédaction d'un type de texte particulier rendent nécessaire une réflexion sur la langue et sur son fonctionnement contexte.

Les apprentissages dans les autres disciplines sont aussi concernés.
Le travail sur l'évolution des sports et des JO offre un support concret pour découvrir ou consolider la notion d'évolution sur un temps long avec mise en évidence de temps forts et mise en relation de plusieurs faits à l'intérieur d'une époque donnée pour expliquer un phénomène.
Ecrire un article sur les relations entre le sport et la performance physique et ses dérives, impose de connaître le vocabulaire scientifique concerné; retracer l'interview d'un sportif nécessite des recherches sur le contexte de la pratique du sport en question afin d'expliciter pour les lecteurs les informations communiquées.

Le parcours **Histoire des Arts** à partir des affiches officielles des JO participe à l'acquisition de savoirs et de techniques en arts visuels ainsi que l'illustration de leurs propres articles.

De même, la publication des articles en ligne développe les connaissances nécessaires à **l'obtention du B2I.**

Enfin, le projet classes-presse offre une opportunité pratique pour évaluer en situation réelle, les **compétences nécessaires à l'obtention du socle commun.**

Comment utiliser ce dossier ?

Le projet classe-presse propose une démarche pédagogique originale : valoriser les apprentissages différemment à travers la réalisation d'articles et la lecture du journal en classe. Les trois parcours proposés sont une illustration de ce qu'une classe-presse peut réaliser. ***Mais chaque projet doit être réfléchi selon selon le contexte et les besoins de vos élèves.***

Cependant deux incontournables communs à tous, sont bien inscrits dans ce projet :

L'utilisation des journaux en classe

La réalisation d'articles et de visuels liés au thème

Ce dossier a pour but de proposer -et non d'imposer- des scénarii pédagogiques pour mettre en oeuvre les deux ossatures du projet classes-presse. **Vous ne pourrez pas tout faire.** A vous de picorer et d'ajuster en fonction des besoins de vos élèves et de leur âge, les activités proposées.

L'utilisation des journaux en classe-presse...

Pour mener à bien ce projet, un temps de lecture-feuilletage du journal avec vos élèves, doit être organisé, de façon quotidienne ou régulière. (organisation de la distribution du journal ainsi que du temps de lecture quotidien à prévoir avec l'équipe pédagogique porteuse du projet). Sans être chronophage -10 minutes chaque jour- il permettra peu à peu aux élèves d'apprivoiser l'objet journal, d'en comprendre l'organisation, et de rentrer dans la thématique « le sport dans ses états ». Sa fréquentation régulière permettra de lier les activités d'écriture et de lecture .

Pour mener à bien ce projet, il sera, au moment où vous le jugez opportun, nécessaire d'approfondir la connaissance des journaux . Les activités visant à faire connaître la presse et son histoire aux élèves sont destinées à éveiller leur intérêt envers les journaux édités sur papier et paraissant sur le net.

...sans oublier les journaux web.

Il permet d'élargir à l'étude de la presse sur internet. Sa structure est identique à celle des projets papier et interroge seulement les quelques spécificités d'un journal web (organisation des pavés d'information, déroulé de la page, liens hyper-texte).

La réalisation d'articles et de visuels liés au thème

La rédaction des articles nécessitera d'approfondir l'étude des genres journalistiques et leurs caractéristiques, journal en main, quels que soient le niveau et le support de communication retenues pour favoriser et entretenir l'effort demandé aux élèves pour rédiger des articles qui seront publiés ensuite sur la plate-forme et donc lus.

De la même façon, l'analyse des visuels présents dans les journaux (photo, infographie, titraille d'accroche du lecteur, publicités, dessin) permettra, journal en main,de comprendre les rôles des visuels et d'aider à la création des visuels pertinents pour mettre en valeur leurs productions journalistiques.

Les trois 4 pédagogiques proposés ne sont chronologiques...que pour une exigence de clarté du dossier pédagogique d'accompagnement des classes-presse.

Vous pouvez tout à fait commencer avec vos élèves par une séance d'écriture liée aux représentations du sport, par exemple ou proposer aux élèves de concevoir une enquête visant à donner un état des lieux des pratiques sportives des élèves de l'établissement, ainsi que du temps consacré à cette pratique ***et de ses apports.***

Il est donc nécessaire, en début du projet, que chaque équipe pédagogique fixe dans le temps ses propres modalités d'activités pour mener à bien le projet à son terme :

-lire en classe le journal et comprendre le travail des journalistes
-écrire des articles de genres journalistiques différents (reportage, portrait, brève, interview, critique, billet)
-lire et comprendre les images publiées dans la presse.

Un corpus d'articles et de « Unes » sur le thème.

Dans ce dossier, un corpus lié au thème vous est proposé . Il s'agit de UNES ou d'articles de pages intérieures des journaux partenaires de l'opération classes-presse en Finistère.
(L'Hebdo du Finistère, Le Télégramme, Ouest-France)
Ces pages des journaux partenaires des classes-presse en Finistère (*L'Hebdo du Finistère,* Le *Télégramme et Ouest-France*) ainsi que la lecture des articles publiés les années précédentes sur la plate-forme phare et rédigés par des élèves servent de support d'étude afin qu'à votre tour vous puissiez trouver les entrées pédagogiques et journalistiques les plus pertinentes au regard des besoins de vos élèves.

Une sélection de productions réalisées par les élèves en classes-presse

Vous trouverez en fin de dossier (annexe) des productions (articles et images) réalisées dans le cadre des classes-presse .

La présentation des pages « ***classes-presse 2011-2012 en Finistère*** ainsi que celles de ***l'édition 2010-2011*** par *l'Hebdomadaire du Finistère* est propre à faire germer dans le même temps le projet de réaliser des articles et de donner envie aux élèves, à leur tour de relever ce

défi tout en comprenant le lectorat visé. Ces publications réalisées dans plusieurs disciplines, présentent une forme propre à guider ensuite les élèves dans leurs productions.
Des fiches ressources ponctuent les 3 parcours proposés : certaines sont destinés aux enseignants, d'autres aux élèves.

Écrire pour être lu

La spécificité du projet d'écriture journalistique en classe-presse est d'être en prise avec l'actualité ...
Pour les élèves, ceci nécessite qu'ils apprennent à recueillir des informations liées au thème, informations susceptibles d'intéresser d'autres que eux mêmes et dont ils vont pouvoir maîtriser et le contenu et la forme pour être compris et être lus. La proximité géographique et d'intérêt qui est la leur, sert de base de données à la rédaction de leurs articles.

Mais aussi...
Les compétences liées à l'autonomie, la prise d'initiative sont les moteurs de ce projet. Il n'est pas pas inutile -c'est même un gain de temps- de favoriser des temps de travail collectif dans lequel l'écoute, le respect, l'entraide seront les objectifs principaux à mettre en oeuvre dans le démarrage de la classe-presse. Développer l'envie de s'intéresser à d'autres, d'être curieux de son environnement, de s'affirmer, sont des capacités qui ne sont pas innées et qui nécessitent d'y consacrer du temps . De même, l'estime de soi (prendre la parole, proposer une idée, défendre son avis) fait parfois défaut chez des élèves . Valoriser les réussites, les efforts et la persévérance des élèves est indispensable.
Enfin, faut-il ajouter qu'il ne s'agit pas d'un concours ? Il est peut être nécessaire de rappeler que les élèves ne sont jamais mis en situation de concurrence ni de compétitions! Bien au contraire : ils vont devoir apprendre à travailler ensemble et à coopérer selon leurs motivations et leurs savoir-faire au service d'un projet collectif.

La réalisation d'articles requerra la mise en place d'une organisation pouvant se calquer mais de manière plus souple dans le temps, sur celles des journalistes avec pourquoi pas la création d'un comité de rédaction regroupant des élèves de la classe. Il est bien rare d'arriver à une production finale d'un seul jet. Il s'agira ici de trouver des stratégies d'aide, de soutien et de motivation pour que chaque élève surmonte ses difficultés et parvienne à rendre compte, sous une forme journalistique choisie et pertinente, des informations recueillies sur le terrain.

4 parcours pédagogiques vous sont proposés. Ils ont pour but de vous accompagner dans ce projet .

A- Peut-on vivre sans s'informer ? Comprendre la presse et son rôle.

Cette partie peut servir au démarrage de la classe-presse avec les élèves. Plusieurs objectifs sont recherchés :
aider les élèves à s'interroger sur les enjeux et l'influence de la presse dans leur quotidien,
aider les élèves à s'approprier le projet classe-presse et susciter leur intérêt,
acquérir une culture commune et repérer les obstacles liés à la communication : mettons-nous le même sens derrière des mots que les élèves ou nous mêmes employons ?
comprendre qu'il n'y a pas d'information sans construction ni mise en scène
entrer dans le thème « le sport dans tous ses états ».

Etape 1- Une information, qu'est-ce que c'est ? Quel est le profil média des élèves en classe-presse ?
Etape 2- Une information, des médias et des lecteurs
Etape 3- Comparaison des « Unes » du même jour
Etape 4- Analyser et comparer le traitement du thème du sport dans tous ses états
Fiches pour aller plus loin

B- Découvrir le journal et l'écriture journalistique.
Comparer les formes de contenus en fonction des médias.
Etape 1- Les contenus des différents médias
Etape 2- La place des opinions
Etape 3- Les formes de l'information

C- Découvrir les productions journalistiques
Savoir analyser un article de presse.
Etape 1- Le titre, une donnée essentielle
Etape 2- L'illustration
FICHE ELEVE- Guide pour la lecture d'articles surligner en main

D - Écrire pour être lu
Rédiger des articles ou des des productions journalistiques
Étape 1- Avant de commencer à rédiger
Étape 2- Chercher l'information : les sources
Étape 3- Élaborer le plan d'un article, préparer une interview
Étape 4- Rédiger un article
6 conseils pour donner envie de lire un article
10 conseils pour réussir son article et s'évaluer
Etape 4- S'exercer à l'écriture journalistique
Fiche de synthèse des parcours pédagogiques
FICHE ÉLÈVE : l'écriture journalistique, les genres journalistiques

1- Peut-on vivre sans s'informer ?

Compétences mises en œuvre dans ce parcours :

être un lecteur ou un consommateur actif et distancié de l'information
comprendre les enjeux de l'information
s'intéresser à l'actualité, lire la presse, regarder un journal télévisé, utiliser Internet et les multimédias

Activité pédagogique (temps indicatif : 2 heures)

« Être informé , ça sert à quoi ? »
« Quel est mon profil média ? »
« Comment s'approprier l'objet journal ? »
« Quelle stratégie de lecture j'utilise pour retenir une information dans le journal ? »

Une séance d'ouverture dont l'objectif est de confronter des représentations et des usages et introduire les journaux en classe-presse .
Objectifs recherchés :

- ✓ aider les élèves à s'interroger sur les enjeux et l'influence de la presse dans leur quotidien,
- ✓ connaître le profil média des élèves en classes-presse et leurs représentations sur la presse écrite.
- ✓ feuilleter les journaux en classe et mettre en commun les découvertes.
- ✓ Connaître les stratégies de lecture des élèves pour rentrer dans le journal.

Compétences mises en oeuvre :

- être un lecteur actif, curieux et ouvert aux autres,
- comprendre les enjeux de l'information pour soi et les autres,
- s'intéresser à l'actualité, lire la presse, fédérer le groupe classe sur le projet « classe-presse »
- s'affirmer et prendre la parole.

« Une information, qu'est ce que c'est ? »

Mise en contexte
Information, renseignement, tuyau....les élèves ne font pas toujours la différence.
De quoi parlons-nous lorsque nous parlons des informations données dans les journaux ?
Il y a une différence entre un tuyau donné par un copain (exemple : « Préviens Jean qu'il n'y a pas piscine le 4 octobre, mais le 7 octobre ») et une information que l'on apprend par la presse .
Le copain n'a peut-être pas vérifié si ce qu'il dit est vrai. Il répète ce qu'il a entendu dire. Un journaliste en revanche vérifie toutes les informations qu'il donne et croise ses sources.

Lorsque un professeur fait parfois noter des informations dans le carnet de correspondance (par exemple : « Réunion parents-professeurs le 16 octobre »), cette information est différente de celles entendues à la radio ou à la télévision ou lues dans la presse écrite car cette information ne concerne que les élèves de la classe et leurs parents. En revanche, les informations à la radio ou à la télévision concernent tout un pays ou toute une région ou tout un quartier ou toute une ville, parfois même le monde entier. Il y a encore une différence : les informations données par le professeur se rapportent à un problème passager tandis que la plupart des informations à la radio par exemple, à la télévision ou dans un journal ont un intérêt durable, parfois historique.

Fiche élève (avant la distribution du premier journal en classe-presse)

- Définissez votre relation aux médias :
  La presse est-elle une source importante d'information pour vous ?
- Faites votre profil de lecteurs :
- Dans quel(s) domaine (s) éprouvez-vous le besoin d'être informé ?
- (société, sciences et techniques, sports, politique, culture, international....) ?
- Quelle(s) rubrique(s) dans un journal lisez-vous en premier ?
- Rôle de l'enseignant :
- 1. Mettre en commun et identifier les centres d'intérêts des élèves
- 2. Distribuer les journaux : un journal par élève.
- 3. Feuilletage en commun. (Etre attentif aux remarques « spontanées » des élèves)
- 4. Demander aux élèves de feuilleter à nouveau leur journal pour trouver une information qui a retenu leur intérêt .
- 5.Chaque élève est invité à présenter cette information en la montrant aux autres, en indiquant le nom du journal, la page et la rubrique où se trouve l'information choisie.(laisser du temps aux autres élèves de trouver, dans le journal, l'information choisie) Aider l'élève à exprimer les raisons qui ont conduit à ce choix.
- 6. Noter au tableau les raisons. Afficher les pages en entourant l'information choisie.

Débattre :
Pourquoi n'avons-nous pas fait le même choix ?
À quoi sert un journal d'information ?

Exploitations pédagogiques de la séance d'ouverture classes-presse, journal en main.

Les enjeux : mettre l'élève au centre du projet classe-presse.

Familiariser tous les élèves à l'objet journal : un objectif à construire dans le temps et dans la durée du projet car cette compétence n'est pas innée mais culturelle.

Aider les élèves à se repérer dans les pages intérieures du journal est un temps nécessaire en classe-presse. Tous les élèves ne partagent pas ni un même univers culturel ni les mêmes

usages et savoir-faire construits à partir de la lecture régulière d'un journal. Certains d'entre eux se retrouvent facilement dans un journal « adulte » par imprégnation familiale lorsque l'entourage proche est lui-même, déjà, lecteur de journaux.

Pour d'autres élèves, cet usage est une découverte qui peut les rebuter d'autant plus s'ils considèrent que le journal qu'ils ont entre les mains, n'est pas fait pour eux. Cette découverte du journal doit leur permettre de se familiariser avec cet objet nouveau, seule condition pour qu'ils trouvent et leur place et leur rôle dans les apprentissages proposés. L'attention des enseignants doit donc se porter en priorité en direction de ce public, bien souvent en difficulté scolaire mais aussi sociale. Parce que le projet classe-presse est un projet d'équipe, pouvoir travailler à deux collègues permet de ne pas oublier les élèves en retrait ou en difficulté, repérés dés le démarrage du projet et d'adapter ainsi les stratégies liées aux apprentissages communs afin que tous puisse à un moment ou l'autre réussir.

Repérer différents profils de lecteurs présents dans la classe-presse et favoriser autant que possible chacun des profils en identifiant les compétences et savoir-faire propres à chacun...et utiles à tous.

Entrer dans le journal, y prendre goût, favoriser la participation de tous les élèves, nécessitent de repérer très vite les stratégies de lecture qui permettent aux élèves de circuler dans le journal et d'arrêter leur regard sur une information.

Ces stratégies ne sont pas uniques et leur diversité doit être valorisée dés le démarrage du projet.

Certains seront attirés par la mise en scène visuelle de l'information (images ou dessin de presse ou titre en gros caractère ou/et en couleur) : ces accroches leur servent d'entrée pour s'intéresser au contenu.

D'autres seront attirés par un réseau de mots qui suscitent une interrogation, une surprise ou une incompréhension, mais aussi une envie d'en savoir plus...même si ces élèves sont souvent plus porteurs de questions que de réponses. Il importe alors de mettre en place un temps commun à tous les élèves afin de comprendre ce qui interroge ou dérange des habitudes, des pensées ou des opinions ou simplement expliciter un implicite, un mot ou un jeu de mot afin de réduire les obstacles liés au vocabulaire.

D'autres enfin vont rechercher ce qu'ils connaissent déjà en s'appuyant sur leurs vécus et leurs centres d'intérêts presque exclusifs (les pages « ma commune » ou bien, autre exemple, « les pages sport qui parlent du foot »). Il importe alors de valoriser dans un premier temps ce groupe de lecteurs en les mettant très vite en situation de réaliser à leur tour une brève ou un reportage sur leurs centres d'intérêts qu'ils revendiquent.

Ces profils de lecteurs cohabitent dans un même groupe et vont devoir apprendre à travailler ensemble, s'écouter et collaborer. Pouvoir identifier les différentes stratégies de lecture et

d'entrées dans le contenu du journal, permet de diversifier les approches et les activités d'analyse/d'écriture proposées en classe-presse. Cette diversité est souvent gage d'efficacité si elle s'appuie sur l'élève et valorise ce qu'il sait faire.

Favoriser la complémentarité des centres d'intérêts et des savoir-faire

Enfin, parce qu'une des modalités pédagogiques le plus souvent utilisée en classe presse est le travail en groupes, favoriser autant que possible ces différents profils d'élèves et de lecteurs. C'est cette diversité qui permettra au fil du projet des prises d'initiatives originales ainsi que des productions (articles et photos) qui sortent des sentiers battus et pertinentes...aux yeux des élèves avant tout, car ils auront appris à défendre leur point de vue, à faire des concessions et à décider ensemble du contenu qu'ils veulent communiquer. C'est très souvent de belles surprises !

1.1 « À qui est destinée l'information ? »

Objectifs recherchés :

- ✓ comprendre les choix éditoriaux et le traitement de l'information
- ✓ comprendre la loi de la proximité
- ✓ comprendre qu'un média papier est aussi une entreprise

L'information s'adresse à tout le monde car elle est utile à tous. **Mais tout le monde n'attend pas la même chose d'un journal ou d'une émission d'informations.**
Certains attendent des informations très générales sur l'actualité nationale et internationale; d'autres s'intéressent à des informations plus spécialisées (les évènements sportifs par exemple).

Dans chaque rédaction, les journalistes connaissent leur public et savent choisir les informations qui les intéresseront. **Ils adaptent é**galement leur façon d'écrire ou de parler aux habitudes de ce public afin d'être compris.

Lexique
Actualité nationale : informations qui concernent ton pays
Actualité internationale : informations qui concernent les pays étrangers
Rédaction : ensemble des journalistes d'un journal, d'un magazine ou d'une émission.

Derrière l'actualité
On entend les présentateurs de journaux télévisés dirent : « ***Dans l'actualité ce soir..*** » ou « ***ce que vous devez savoir de l'actualité...*** ». **L'actualité est une sélection de nouvelles derrière lesquelles se cachent d'autres nouvelles dont les journaux ne parlent pas ou peu.**

1.2 « C'est quoi l'actualité du jour ? »

La hiérarchie de l'information
Pluralisme des médias et pluralité des opinions

Comment les journalistes choisissent-ils telle ou telle information parmi tout ce qui se passe sur la planète ? Et comment juger qu'un événement est plus important qu'un autre ?

Dans un journal, le rédacteur en chef et son équipe de journalistes décident de ce qui doit être annoncé, comment et dans quel ordre. **Ils fabriquent l'actualité en espérant répondre aux besoins et attentes de leurs lecteurs ou auditeurs ou spectateurs.**

Les journaux ne visent pas tous les mêmes lecteurs.

Activités pédagogiques :

A - Comparer les Unes du jour

. Les UNES des quotidiens/ hebdomadaires nationaux et régionaux du jour disponibles sur ***http ://www.revue2presse.fr/presse/quotidien***

. Les Unes de la Presse Quotidienne Régionale PQR ***http ://unes.spqr.fr/***

Le Monde
LE FIGARO
Les Français et l'Europe : le désamour
Libération
La droite attend l'élu
L'EQUIPE
« Les gens veulent que Paris échoue »
le Parisien
Un rapport choc sur les gaspillages de l'Etat
l'Humanité
C'est MAINTENANT !
la Croix
« La liberté religieuse indispensable à la paix »
Les Echos
Le risque de crise bancaire s'éloigne dans la zone euro
Le Nouvel Economiste
Gambling for resurrection
ouest france
Quatre jeunes se tuent près de Fougères
la Nouvelle République
Manifestation de Paris : fermeté et polémique
LA VOIX DU NORD
Et si on laissait l'auto au garage ?

Quelques remarques et points d'appui pour poursuivre les comparaisons avec les élèves

Pour les plus jeunes, l'approche concernera essentiellement les éléments visuels et textuels les plus simples que l'on analysera. Il s'agira surtout de faire saisir que les choses ne sont pas construites au hasard et que tout est pensé selon une adéquation forte entre ce qui est vu et le sens de l'information qui est diffusée.

Recenser sur les « Unes » ensuite la nature des documents observés. Les hiérarchiser : ce que l'on voit tout de suite (les photos), ensuite (les titres en gros caractères) et après (les textes en plus petits caractères).

Mettre ensuite en commun les réponses des élèves et en discuter les différences. Constater que globalement, les grandes parties traditionnelles de l'organisation des « Unes » se

retrouvent dans les journaux modernes avec cependant des aménagements notables. Résoudre les éventuels conflits d'interprétation.

Insister plus particulièrement sur l'importance spécifique de trois éléments dans l'efficacité de la diffusion de l'information :

-le développement de la manchette qui donne une synthèse de l'information (discuter éventuellement de cette synthèse suivant les différents manchettes),
-l'emplacement de la photographie et les différents choix faits à son sujet,
-l'emplacement de la pliure qui met en exergue la partie supérieure de la page lors de la présentation en kiosque.

Quelques différences qui interrogent très souvent les élèves :

Pour le Monde, les amorces de certains articles restent visibles. Montrer que ce choix permet de montrer que le texte reste un élément essentiel pour ce journal, ce qui semble moins important pour les autres journaux.

Les couleurs-titres

Proposer aux élèves de mener une analyse plus précise **des logos-titre** pour chaque journal :

2 exemples :

Le Parisien. Il montre un logo-titre en bleu sur fond blanc. Le fond bleu, en occident, depuis la Renaissance, est considéré souvent comme une image du ciel, donc de la demeure divine, toute empreinte de sérénité et de sérieux.

Le Monde. La typographie particulière de ce logo-titre connote l'ancien, donc la vénérable tradition. C'est également un gage visuel de sérieux. L'absence de couleur participe également de cette recherche de sobriété liée au sérieux. Expliquer que jusqu'aux années 1990 *Le Monde* avait fait le choix de ne présenter aucune image en « Une », jugeant cette pratique trop « ludique » et donc inadaptée à l'image de sérieux du quotidien.

Prolonger l'observation sur les logos-titres des journaux partenaires et leurs symboliques.

La « Une » du journal web. Proposer d'y rechercher les parties isolées précédemment. Constater qu'on peut éventuellement les retrouver, mais avec certaines difficultés, et sans certitude cependant. Faire également observer que l'équivalent de l'emplacement de la pliure demeure très présent.. Il correspond au bas de l'écran de l'ordinateur, et on peut constater que les grands titres et l'image ne descendent pas au-delà de cette limite essentielle pour la lisibilité et « l'accroche » visuelle de l'information.

S'intéresser enfin au **contenu** des « Unes » du poster. ***Parlent-elles toutes d'un même événement ? Pourquoi ? Quel événement mondial pourrait figurer en tête de toutes les UNES ? Pourquoi ? Pour autant serait-il traité de la même manière ? (même image ? Même titre ? Même surface de photo et même cadrage ?)***

B - Comparaison des UNES de médias papier

Comparer la Une de quotidiens différents, un même jour, permet d'aborder beaucoup de questions liées à l'écriture journalistique :

-le choix des informations retenues,

-la source de ces informations,

-éventuellement la tendance politique qui transparaît dans ce choix et sa mise en page,

-le public visé.

La "Une" du journal est la vitrine de la presse écrite. Sa moitié supérieure, avec les informations qu'elle met en valeur, joue un rôle décisif dans sa diffusion, la majorité des journaux étant présentés pliés en deux dans les points de vente.

La une, c'est donc l'accueil et l'entrée du journal. Porteuse de l'identité du journal par son nom, et sa maquette, c'est aussi une vitrine qui donne envie de connaître le contenu des pages intérieures.

Elle témoigne du choix et de la hiérarchisation qu'une rédaction propose à partir des informations du jour.

L'étude comparative des unes des quotidiens d'information est un exercice incontournable **pour aborder l'actualité en classe et décoder les effets visuels dans la mise en scène de l'information.**

Activité A. Lire l'image Exploitation des UNES du jour et comparaison

Analyser par groupes les images choisies dans les UNES du jour

Sont-elles identiques ?

Pour quelle(s) raison(s) ?

Débattre *: Pourquoi est-il important d'avoir plusieurs sources d'information ?*

Activité B. Écrire à partir de l'image

Choisissez une des photos publiées en « Une » qui retient votre attention et écrivez une dizaine de lignes sur cet événement en répondant aux questions : de quoi s'agit-il ? Où cela se passe-t-il ? Quand ? ...comme si vous adressiez à des lecteurs qui n'ont pas sous les yeux cette information.

Comparez vos productions.

Approfondir :

Comparer les structures des « Unes »

Accrocher au mur ou au tableau les différentes « Unes » du jour et faire repérer aux élèves les éléments communs à tous les journaux, en s'appuyant sur le modèle de Une distribué : manchette, tribune, illustration importante. Le vocabulaire spécifique est alors donné. (voir pour insertion modèles de UNE du Télégramme, de Ouest-Fance et de l'Hebdo.

Analyser la Une

Quelque soit le scénario pédagogique,

Proposer un questionnaire d'analyse élaboré à partir des pistes possibles :

distinguer information, commentaire, prise de position

s'interroger sur le contexte d'une information, identifier les sources.

Fiche élève : Analyser des UNES du jour

La manchette
Notez le nom du journal
Quel sens donnez-vous à ce nom ? Repérez les couleurs, le lettrage.
S'agit-il qu'un journal local, régional, national ?
Quelle est sa zone de diffusion ?
Quelle est sa périodicité ?
Quel est le prix de ce journal ?
D'après le nom du journal , quelles seront les informations que le lecteur trouvera dans le journal ?

Les informations à la UNE
Notez leur nombre total.
Notez le nombre d'informations régionales, d'informations nationales, d'informations internationales.
A quelles rubriques appartiennent-elles ? (politique, économie, société, faits divers, sport...)
Combien d'articles sont présentés à la UNE de votre journal ?

L'information la plus importante
Notez le titre de cette information
Comment la repère-t-on ?
Repérez la place de l'information principale dans la page, l'espace qu'elle occupe à la UNE
Quel est le sujet de cette information principale ?
Sur quoi le titre de l'information attire-t-il l'attention ? Comment accroche-t-il l'attention ? L'illustration joue-t-elle un rôle ?
Quel événement ce journal a-t-il décidé de mettre en valeur ? Pour quelle(s) raison(s) ?
Pour être mis en valeur, un article doit-il se trouver au-dessus ou en dessous du pli ?

Les visuels :
Y-a-t-il des photographies sur la UNE ? Si oui, à quoi servent-elles ?
Y-a-t-il un ou plusieurs dessins de presse à la UNE ? Quel est leur rôle ?
Y a-t-il une ou plusieurs infographies à la UNE ? A quoi servent-elles ?
Y a t-il une ou plusieurs publicités ? A quoi servent-elles ? S'il n'y avait pas de publicités, combien coûterait le journal ?

Conclusion : à quoi sert la UNE d'un journal vis-à-vis de ses lecteurs ?

Pouvez-vous définir le public visé ? (âges, centres d'intérêts, mode de vie...)

Pour cela, observer les publicités à la UNE de votre journal :
-quels sont les produits publicitaires ? (courant, quotidien ,de luxe...)
-si ces publicités sont mises en scène avec des personnes, qui sont-elles ? Quelle est la proportion d'hommes, de femmes, d'enfants ou de jeunes ? Quels âges ont-ils ? Que font-ils ?
-à quelles catégories socio-professionnelles appartiennent-ils ?
-dans quelle région de France habitent la majorité des lecteurs du journal que vous analysez ?
-quelles sont les motivations qui incitent le lecteur à lire, acheter ou s'abonner au journal que vous analysez ?

Mettre en commun les différentes analyses pour faire ressortir la spécificité de chaque journal .

Selon le niveau des élèves la conclusion peut porter sur le rôle d'accroche de la « Une » ou sur le lectorat visé (nombre d'articles, choix des rubriques présentes à la « Une »,...), en allant jusqu'à une opinion politique exprimée.

Lorsque la même information est mise en avant sur plusieurs journaux, il est intéressant de rappeler l'origine des informations (dépêches, reportages,...) et d'analyser le traitement de cette information dans les différents journaux (titres retenus, images retenues) afin de faire réfléchir les élèves aux choix rédactionnels de chacun des titres.

Prolongement

Proposition d'activité pédagogique : comment un événement devient-il une

Pour mieux comprendre le chemin de l'information diffusée dans le journal, de l'évènement à sa fabrication :

- *Quels « évènements » occupent les UNES ces jours-ci ?*
- *Quels évènements occupaient les « unes » la semaine dernière ?*
- *Commentez.*

Lisez cet extrait et répondez aux questions

Le principe du travail journalistique semble à première vue très simple. La Terre est une planète où il se passe toujours énormément d'évènements qui méritent d'être connus. Les journalistes vont voir ces choses et les racontent. Qu'est-ce qu'une chose qui se passe ? En principe, l'évènement naît lorsque la norme se casse. Le fil de la normalité ploie souvent devant un fait qui étonne, détonne par rapport à la règle. Mais les malheureux qui sont tués et les avions qui s'écrasent sont encore trop nombreux pour qu'un journal les contienne tous. Un tri va donc s'opérer dans la masse des informations susceptibles d'être publiées.

Florence Aubenas et Miguel Benasayab *La Fabrication de l'information,* Ed. La Découverte et Syros, coll. « Sur le vif », 1999.

Comprendre

- *D'après ce document, pourquoi tous les évènements ne peuvent-ils pas être présentés dans le journal ?*

- *Quels sont les faits qui « étonnent » ? Citez-en un à partir de la UNE des journaux du jour.*

Analyser

- *Expliquez cette phrase : « l'évènement naît lorsque la norme se casse ».*
- *Pourquoi le tri est-il un aspect important du travail journalistique ?*

Écrire :

- *Faites la liste des évènements importants qui se sont produits dans votre ville ou votre commune depuis la rentrée ..*
- *Citez-en un dont on a parlé dans presse locale ou régionale.*
- *Expliquez pourquoi cet événement a retenu l'attention des journalistes.*

C - Comment un événement devient-il une information ?

Pour mieux comprendre le chemin de l'information diffusée dans le journal, de l'évènement à sa fabrication :

Quels « évènements » occupent les UNES ces jours-ci ?
Quels évènements occupaient les « unes » la semaine dernière ?
Commentez.

Lisez cet extrait et répondez aux questions

Le principe du travail journalistique semble à première vue très simple. La Terre est une planète où il se passe toujours énormément d'évènements qui méritent d'être connus. Les journalistes vont voir ces choses et les racontent. Qu'est-ce qu'une chose qui se passe ? En principe, l'évènement naît lorsque la norme se casse. Le fil de la normalité ploie souvent devant un fait qui étonne, détonne par rapport à la règle. Mais les malheureux qui sont tués et les avions qui s'écrasent sont encore trop nombreux pour qu'un journal les contienne tous. Un tri va donc s'opérer dans la masse des informations susceptibles d'être publiées.

Florence Aubenas et Miguel Benasayab *La Fabrication de l'information,* Ed. La Découverte et Syros, coll. « Sur le vif », 1999.

Comprendre

D'après ce document, pourquoi tous les évènements ne peuvent-ils pas être présentés dans le journal ?
Quels sont les faits qui « étonnent » ? Citez-en un à partir de la UNE des journaux du jour.

Analyser

Expliquez cette phrase : « l'évènement naît lorsque la norme se casse ».
Pourquoi le tri est-il un aspect important du travail journalistique ?

Écrire :

Faites la liste des évènements importants qui se sont produits dans votre ville ou votre commune depuis la rentrée ..
Citez-en un dont on a parlé dans presse locale ou régionale.
Expliquez pourquoi cet événement a retenu l'attention des journalistes.

D - Les titres et la comparaison des journaux en lignes

Déroulement

1. Étude préalable de la une

• Chaque groupe d'élèves choisit deux quotidiens de format différent. Malgré la grande diversité des « Unes », les élèves repèrent les éléments communs : bandeau (nom du journal, prix, date…), manchette (titre en gros caractère du sujet principal du jour), oreille (espace encadré situé dans un coin supérieur de la une), accroche (élément de texte mis en valeur afin d'attirer l'attention du lecteur, rivière de titres en colonne), illustrations, sommaire, publicité… Des comparaisons sont établies entre la composition des « Unes » de tabloïds et celles des grands formats.

• **On a souvent parlé d'un mode de lecture « en Z » de la « Une », établi à partir du mouvement des yeux sur la page**.

Proposer aux élèves de colorier les zones d'accroche et de vérifier selon les titres et les formats si c'est toujours le cas.

Si oui, quels sont les impacts visuels ?

S'agit-il d'une information ou d'un encart publicitaire ?

A quoi servent ces encarts publicitaires ?

2. Relever et comparer les titres à la « Une »

• Sélectionner les trois plus gros titres de chaque journal.

Quels sont les sujets les plus importants ce jour-là ?

Sont-ils identiques pour l'ensemble des journaux étudiés ?

Les titres sont-ils accompagnés d'articles, de sur-titres, de sous-titres, de photos, d'illustrations ou de renvois aux pages intérieures ?

Dans quelles rubriques sont-ils développés : s'agit-il des mêmes rubriques d'un journal à l'autre pour un même sujet ?

• **Demander à chaque groupe de relever les unités de sens contenues** dans chaque titre : réponses aux questions de référence : qui, quoi, où, quand, pourquoi, comment ?

Identifier les procédés utilisés (présupposés, allusions, invitations à la lecture).

Noter les effets de style : jeu de mots, vocabulaire émotionnel, métaphores.. **et les effets recherchés sur le lectorat.** (neutralité, prise de position, connotation péjorative/positive, dramatisations extrême, effet émotionnel...)

• Distinguer **les titres incitatifs et les titres informatifs.**

3. Comparer avec la page d'accueil de leur version en ligne

• Noter les différences et les similitudes des titres, des accroches et des images.

1.2 Comprendre la construction de l'information

Analyser et comparer le traitement médiatique du thème « le sport dans tous ses états »
Entrer dans la thématique : « le sport dans tous ses états »

Objectifs recherchés :

- ✓ être capable de prélever de l'information sur les « le sport dans tous ses états » et leurs rapports avec l'actualité (locale, département, régionale, nationale ou mondiale),
- ✓ distinguer information, commentaire, prise de position
- ✓ s'interroger sur le contexte d'une information, identifier les sources.

Analyser et comparer le traitement médiatique du thème « Le sport »

S'intéresser au traitement médiatique du sport dans les journaux . Sélectionner des articles liés au thème.

Pour constituer le corpus d'une revue de presse thématique, les élèves par groupes identifient dans les journaux les articles liés au thème du sport sans oublier leurs titres associés et leurs illustrations. Ils collectent, découpent et archivent ces articles en indiquant leurs sources et leurs dates de parution. Puis les ils les classent par rubriques qu'ils titrent. Au besoin les aider à définir ce qu'est une rubrique et donner des exemples à partir de la couverture des évènements sportifs présentés dans le journal (en « Une », en pages intérieures sans oublier les locales, en page « programme télévision).

Exemples de rubriques :

Sport en images et publicités / Sport et handicap / Sport et sciences / Sport et spectacles de « stars » / Sport et citoyenneté / Sport et dérives / Sport et protection de l'environnement / Sport et vie sociale / Sport et filles / Sport et mode / sport individuel / sport et collectif / sport de contact / sport et danse

Analyser les contenus médiatiques liés au thème du sport

Lorsque le corpus des rubriques est suffisamment riche et varié parce qu'il couvre des zones géographiques différentes et des angles différents, chaque groupe choisit UN article, son titre et son illustration, qui a retenu leur attention pour ses qualités journalistiques. Le groupe analyse la démarche journalistique et met en évidence ses qualités qu'il expose au reste de la

classe. (voir fiche «comprendre l'information écrite contenue dans les journaux et/ou en ligne).

Autre modalité pour entrer dans le traitement médiatique du thème
« le sport dans tous ses états » et écrire sur le thème :

➔ Une analyse des publicités contenues dans les journaux qui font apparaître le mot « sport » ou qui montrent des sportifs/sportives , permet de distinguer fiction, réalité, information et propagande.

➔ Impulser des enquêtes et interviews pour anticiper le travail d'écriture :
partir des centres d'intérêts des élèves, de leurs réseaux et connaissances
(familles, voisins, clubs, professeurs d'EPS, de SVT, ...) et de leurs besoins d'en savoir plus.

Distinguer les médias d'information …. et les autres.

« Est-ce que tout ce que publient ou diffusent les médias sont des informations ? »

Tout dépend de qui diffuse « l'information » et dans quel but.

Le public aime les nouvelles sensationnelles qui étonnent ou font peur, bien plus que les raisonnements sérieux qui obligent à réfléchir.
Et les médias ont besoin, pour gagner de l'argent nécessaire à leur fonctionnement, de plaire à un public aussi large que possible.

C'est pourquoi, pour élargir leur public, certains journaux ou certaines émissions ne cherchent plus à nous faire comprendre les évènements mais simplement à nous impressionner.

C'est le cas, par exemple, des magazines spécialisés dans le monde des people ou des « stars » : ils cherchent à tout prix à obtenir des scoops, mais se montrent peu soucieux de respecter la vie privée des gens et de vérifier leurs « informations ».

Certains journalistes inventent même parfois de toutes pièces les soi-disant informations qu'ils diffusent. Les vrais journalistes sont très sévères avec ces « faux journaux d'information » qui ne respectent pas les règles de la profession.

Lexique

Public : ensemble des gens à qui s'adressent les médias, c'est à dire ceux qui lisent ou écoutent les informations.
Scoop : information sensationnelle.

Activités

Distinguer les médias d'information ….et les autres.

« Est-ce que tout ce que publient ou diffusent les médias sont des informations ? »

Tout dépend de qui diffuse « l'information » et dans quel but.

Le public aime les nouvelles sensationnelles qui étonnent ou font peur, bien plus que les raisonnements sérieux qui obligent à réfléchir.

Et les médias ont besoin, pour gagner de l'argent nécessaire à leur fonctionnement, de plaire à un public aussi large que possible.

C'est pourquoi, pour élargir leur public, certains journaux ou certaines émissions ne cherchent plus à nous faire comprendre les évènements mais simplement à nous impressionner.

C'est le cas, par exemple, des magazines spécialisés dans le monde des people ou des « stars » : ils cherchent à tout prix à obtenir des scoops, mais se montrent peu soucieux de respecter la vie privée des gens et de vérifier leurs « informations ».

Certains journalistes inventent même parfois de toutes pièces les soi-disant informations qu'ils diffusent. Les vrais journalistes sont très sévères avec ces « faux journaux d'information » qui ne respectent pas les règles de la profession.

Lexique

Public : ensemble des gens à qui s'adressent les médias, c'est à dire ceux qui lisent ou écoutent les informations.

Scoop : information sensationnelle.

A - Etre capable de classer les medias papier d'information et les autres. Identifier des critères pour les différencier

Objectif :
Parmi les « Unes »des journaux et magazines présents au CDI (ou apportés par les élèves peuvent apporter les élèves), ***être capable de classer les médias papier d'information des autres.***

Les critères d'observations sont
-l'analyse des UNES correspondant aux titres,
-l'ours du journal ou du magazine,
-dans le feuilletage du contenu du journal ou du magazine, les intitulés des rubriques, le nombre de publicités et leurs espaces dans les pages, la présence de signatures ou l'absence de signatures des textes, enfin la mention des sources.

Mise en œuvre :
Par groupes de 3 les élèves analysent les médias papier, prélèvent les informations demandées et mettent en commun leurs recherches.

On attirera principalement l'attention sur les **publireportages** qui ont la forme d'un reportage à valeur informative mais qui ne sont en fait, qu'une mise en scène astucieuse de publicités. Cette confusion des genres est souvent facile à faire si l'on n'aide pas les élèves à rentrer dans l'analyse des critères d'écriture journalistiques à visée informative.

Synthèse :

Quelles sont les règles auxquelles sont soumis les journalistes qui ont une mission d'information ?

La loi de proximité dans les médias

Loi journalistique par excellence, elle s'appuie sur l'idée qu'il faut capter l'intérêt du lecteur, de l'auditeur et du téléspectateur. Ceux-ci se sentiront d'autant plus concernés par l'information qu'elle leur est proche dans le temps (l'actualité du moment), dans l'espace (on sera plus sensible à des événements situés près de chez soi), de leurs idées, de leur situation socio-professionnelle, de leur quotidien ou qu'elle touche leur vie affective et émotionnelle. Rares sont les médias qui échappent à cette loi.

Objectifs

Mettre en évidence les principes de cette "loi" et la perception sélective de l'information de chacun.
En faire apparaître les aspects positifs, mais aussi négatifs.
Monter les médias qui y ont recours systématiquement ou non.
Permettre aux élèves de mieux appréhender leur attitude face aux médias

Matériel : un panel de quotidiens nationaux et régionaux d'une même journée, éventuellement un enregistrement de deux bulletins d'information de radios différentes, à des heures différentes.

Organisation

Groupes classe pour les écoutes radiophoniques et enregistrement télévisé (sommaire des JT); puis travail individuel ou en petits groupes pour la lecture des quotidiens.

Mots clés : choix et hiérarchisation, loi de proximité

Parmi les informations qui lui parviennent chaque jour, le lecteur, l'auditeur ou le téléspectateur ne retient pas tous les sujets : il fait des choix. Son attention est attirée par ce qui le touche, ce qui l'intéresse.

C'est en tenant compte de l'intérêt que peut présenter la nouvelle dans un contexte d'actualité pour leurs publics que les médias trient, sélectionnent et choisissent les informations dans le

flux qui leur parvient chaque jour. Les faits seront retenus et feront événement à partir du moment où ils seront jugés importants par leur caractère exceptionnel et l'intérêt humain qu'ils revêtent, parce qu'ils touchent les hommes dans leurs préoccupations quotidiennes, mais aussi profondes. En fait, les attentes supposées des publics déterminent l'attitude des rédactions dans leur choix des nouvelles.

Déroulement

1. Sans donner les objectifs de l'exercice aux élèves, visionner en classe entière les différents journaux télévisés.
2. À la fin du visionnement, leur demander quels sont les sujets qu'ils ont retenus. Les résultats sont dépouillés en comptabilisant sujet par sujet le nombre d'élèves qui s'est souvenu de celui-ci ou celui- là. Chacun commente les sujets retenus et précise pourquoi il pense les avoir retenus.
3. Le même exercice sera effectué avec les enregistrements radiophoniques. Puis répartis en groupes, les élèves ont en main un quotidien pendant cinq à six minutes : ils notent, en feuilletant le journal, les titres et les illustrations qui retiennent leur attention, puis mise en commun des résultats.

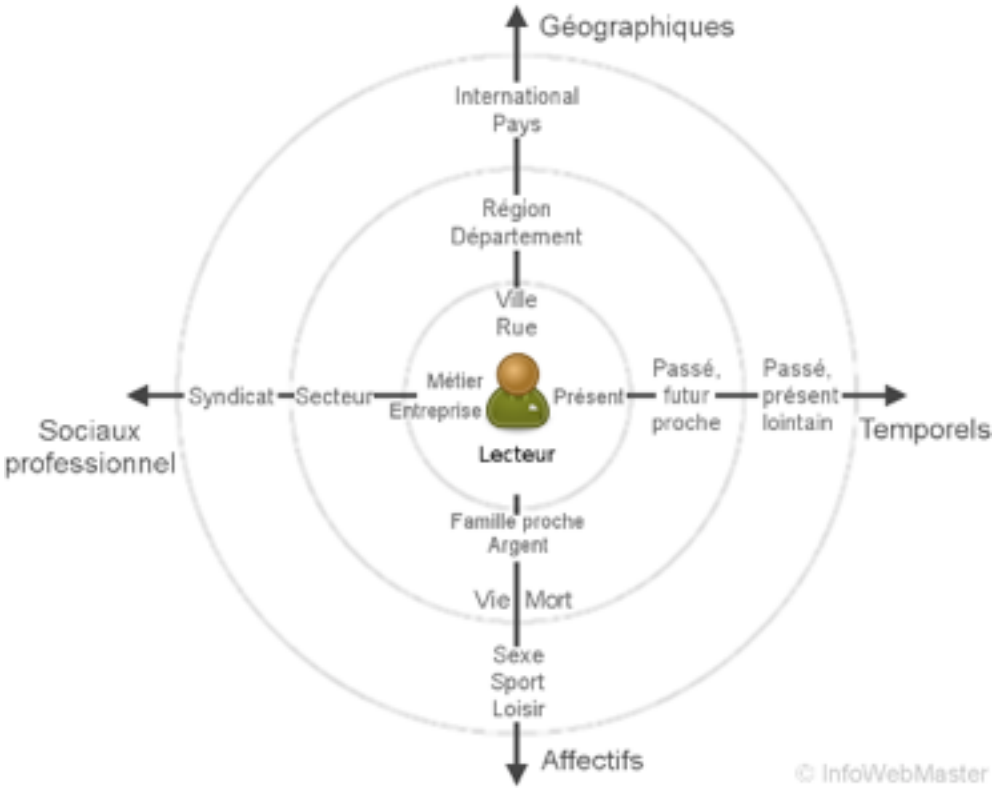
Plusieurs séances sont nécessaires à la bonne approche de cette notion, les élèves devant se trouver dans des conditions de réception proches de celles qu'ils peuvent connaître en famille.

La proximité géographique, sociale, affective et chronologique avec l'événement modifie l'intérêt que nous portons à un message.

Le schéma ci-dessous présente la loi de proximité au travers de quatre pôles : deux qui constituent les caractères du message et deux autres les centres d'intérêt de l'individu.

Le pôle psycho-affectif signale la propension du lecteur à s'émouvoir
Le pôle vie en société, son appartenance culturelle et professionnelle
Le pôle chronologique permet de dater l'événement
Le pôle géographique le localise

Ainsi, l'intérêt du message et son impact sur l'individu seront d'autant moins prononcés que l'on s'éloignera du centre (vers la périphérie).



Un ours dans le journal

II existe un encadré précieux souvent situé au bas d'une page ou logé dans une colonne, présent dans tous les périodiques, c'est "l'ours". À l'origine "ours" désignait, dans l'argot des typographes, un ouvrier imprimeur chargé d'assembler les lettres. Par extension, il fut attribué au patron de l'imprimerie, puis au pavé de texte où figurait son nom. Aujourd'hui, l'ours rassemble les noms de la société éditrice et de ses dirigeants, ceux du directeur de la rédaction et le lieu de l'impression. À ces mentions obligatoires s'ajoutent, selon les titres, des précisions sur les tarifs d'abonnement, le tirage au numéro, les postes et les noms de ceux et celles qui collaborent à la rédaction ou à la fabrication. Mais aussi le groupe de presse à qui appartient le journal ou le magazine. À ce titre, l'ours est une bonne source d'information.

Objectifs

Découvrir ceux et celles qui écrivent dans le journal ; qui fabriquent le journal.
Repérer à qui appartient le journal
Montrer qu'un média est une entreprise.

Matériel : collection de quotidiens et de magazines reçusà l'occasion de la Semaine de la presse à l'école, photocopies des "ours"

Organisation : travail par groupe, plusieurs séances selon le niveau des élèves

Mots-clés : tirage, diffusion, Diffusion contrôle*, Groupe de presse

1. Faire choisir des magazines ou des quotidiens dans le kiosque de la semaine de la Presse. Proposer aux plus jeunes des journaux qui leur sont destinés.

- Feuilleter et rechercher les "ours". À partir des informations présentes dans les journaux et magazines établir une carte d'identité du journal : adresse, nom du directeur de la publication, du rédacteur en chef, et de l'imprimeur. Il s'agit de vérifier si toutes les mentions obligatoires sont bien publiées
- Relever toutes les autres informations : principaux associés, gérant, comité de direction, secrétaire général de la rédaction, maquettiste, iconographe, courrier des lecteurs, fabrication, directeur commercial, service des ventes, publicité, abonnement, groupe de presse, Diffusion Contrôle...

1. Établir des comparaisons entre titres de presse de même catégorie (Utiliser des jeux de photocopies des « ours »).

- Identifier pour chaque titre les activités rédactionnelles, les activités liées à la fabrication et celles en relation avec le développement commercial du journal.
- Définir les métiers concernés - pour le rédactionnel voir la fiche "Journaliste : une profession aux multiples facettes". Mise en commun : quels sont les titres qui offrent le plus d'informations sur le journal, ceux qui apportent des éléments sur leur histoire, sur leur capital.

1. Repérer les groupes de presse auxquels appartiennent les titres présentés.

- Quels titres se retrouvent dans le même groupe ? Quelle est la nature de chacun de ces groupes : groupes de communication multimédias, groupes rassemblant des entreprises dont les activités dépassent largement celle de la communication.

Prolongement : retrouver les "ours" dans les sites de presse en ligne.

* Association régie par la loi de 1901 sans but lucratif. Tripartite, cet office regroupe annonceurs, publicitaires et organes de presse. Son but : déterminer la diffusion réelle des organes de presse adhérents à partir de leur tirage. Anciennement appelé OJD. 5.

B- Découvrir le journal et l'écriture journalistique

Quand les élèves ouvrent le journal

L'étude de la presse est bien souvent le préalable nécessaire à la rédaction des articles en classes-presse mais aussi le support idéal pour étudier la pluralité des voix journalistiques et la diversité des analyses concernant un même fait ou un même sujet. Articles, photos, dessins de presse, « Unes »...il existe un large panel de documents utilisables en classe en fonction du niveau des élèves et des objectifs poursuivis.

L'étude de journaux peut déboucher sur des activités très différentes mais accessibles à tous y compris pour les débutants.

Vous ne pourrez pas tout faire et l'objectif n'est pas là. Cependant des éléments d'analyse sont incontournables à un moment ou à un autre dans les différentes phases et étapes du projet classes-presse . Ce sont ces éléments que nous vous présentons.

A la découverte des journaux

L'un des premiers objectifs à poursuivre est de familiariser les élèves avec la presse. En effet, même si certains d'entre eux sont en contact quotidien avec des journaux et des magazines à la maison, dans le collège, peu d'entre eux ont déjà consulté plusieurs titres. Certains lisent un ou deux magazines en lien avec leurs loisirs mais les lecteurs de la presse quotidienne sont rares. Une activité de découverte (voir parcours 1) consiste donc à ouvrir le journal pour voir comment il est structuré, comment il fonctionne, quels en sont les contenus. Pour les néophytes, cette manipulation n'est pas évidente. Les élèves doivent donc apprendre en premier lieu à trouver un sens de lecture et à « circuler » à travers les rubriques, puis à repérer les spécificités du journal par rapport aux autres supports écrits (iconographie, présentation..)

Une fois cette première consultation faite, l'étude peut s'étendre à plusieurs journaux y compris de langues diverses. Les élèves ont pour objectif d'observer et d'analyser la structure de chacun d'eux et, même s'ils ne comprennent pas ce qui y est écrit. Ils s'apercevront vite en effet que l'organisation des quotidiens ou hebdomadaires d'information est plus ou moins constante d'un titre à l'autre et qu'il n'est pas nécessaire de connaître la langue du journal pour comprendre comment il fonctionne.

Après cette importante étape de comparaison, les élèves sont en mesure de lister les éléments qui reviennent dans tout journal.

Pour rappel, plusieurs entrées et activités pédagogiques à mener avec les élèves en classe-presse journaux en main

À la découverte de l'iconographie

Les journaux sont essentiellement composés de textes mais le lecteur y trouve aussi des photos, des dessins, des schémas des cartes, des infographies... à la « Une » ou dans les pages intérieures. De nombreuses activités peuvent être menées autour des supports graphiques journalistiques. ***(voir parcours 1)***

Pour confronter d'emblée les élèves aux problématiques de l'image, les visuels des « Unes » et articles des journaux partenaires ***sur le thème du sport*** sont d'excellents supports.

Activité pédagogique Images du sport sans texte

Une des activités consiste à analyser un extrait, par exemple un dessin de presse, la couverture d'un magazine ou encore une photo légendée liée à un article. En préparant l'activité, le professeur et les élèves constateront très vite qu'il n'y a jamais d'image sans texte : légendes, titres ou encore dialogues (dans le cas d'un dessin de presse), l'une et l'autre se complétant.

Il faudrait donc débarrasser l'élément sélectionné de son texte afin de le présenter vierge de toute indication à la classe. La lecture que les élèves en feront sera peut-être éloignée de celle de l'enseignant.

Il sera alors très intéressant de leur proposer dans un second temps le texte correspondant : la signification du dessin, la portée de l'image, le message de la photo sont-ils toujours les mêmes ?

Cet exercice permettra aux élèves de prendre conscience que dans la presse il n'y a pas d'images neutres : ce ne sont pas des illustrations qui servent « à faire joli »., mais bien des informations à part entière pour lesquelles le contexte de production (Qui ? Quand ? Où ? Comment et Pourquoi) est essentiel à la compréhension.

Activité pédagogique Textes sans images

La deuxième activité a pour objectif de montrer aux élèves que les images servent aussi à guider le lecteur malgré lui.
Ce sont en effet les premières choses que le lecteur voit lorsqu'il entre dans un bureau de presse, regarde les « Unes » des journaux ou encore feuillette un journal ou visite un site web.

L'exercice consiste donc à cacher les images du support afin de mettre tous les articles au même niveau. En faisant consulter aux élèves la version retouchée privée d'images, puis l'originale avec les images, ceux-ci découvriront par eux-mêmes que leur regard se porte malgré eux vers l'un ou l'autre article car leur œil est attiré par un dessin ou une photo, alors que le titre seul n'avait pas capté leur attention.

Non seulement les images ne sont pas neutres, mais elles ont en plus le pouvoir d'orienter le regard du lecteur, parfois à son insu.
La préparation de l'activité est simple : il y a deux jeux de documents à préparer, l'un avec les images entières sans le texte et l'autre composé uniquement des textes et titres. Les élèves étudient tout d'abord le jeu des images découpées.
Seul ou par groupe, les élèves notent ensuite les termes qui leur viennent à l'esprit, puis les recherches sont mises en commun au tableau.

Activité pédagogique Comparaisons d'images

Enfin une troisième activité basée sur un regroupement de « Unes » de journaux ou encore de dessins de presse permettrait d'amener les élèves, mêmes débutants, à noter la pluralité des points de vue sur un sujet unique.
Pour cela il est nécessaire de rassembler des éléments traitant du même thème, par exemple les grands évènements de portée nationale ou internationale. La couverture médiatique des Jeux Olympiques de Londres ou d'un match de foot sont des supports pertinents pour aiguiser le regard et comprendre les choix opérés par chacun des journaux.

Ainsi, la couverture des Jeux Olympiques de Londres ainsi que celle des JO de Pékin en 2008 : en mettant plusieurs pages ou « Unes » côte à côte, il apparaît clairement que les caractéristiques des photos (cadrages, contextes) campent des réalités très diverses.

**l'an passé, nous avions proposé l'analyse et la comparaison des « Unes » (journaux nationaux et régionaux) du 21 octobre 2011, annonçant la mort de Kadhafi . Ce matériel est à votre disposition si vous le souhaitez.*

À la découverte du texte

À travers l'étude d'un groupement thématique d'articles, le travail consiste à observer et analyser comment des journaux traient le sujet choisi.

Une grille de lecture reprenant les grands axes informatifs de l'article (qui, quoi, quand, où, comment, pourquoi) permet de comparer les éléments cités dans l'un ou l'autre support.

L'analyse porte ensuite sur les opinions exprimées ou sous-entendues par le texte, corps de l'article mais aussi titre, intertitres et citations mises en évidence par un caractère typographique différent.

ÉTAPE 1. Les contenus des différents médias.

Chaque média utilise ***un langage*** qui lui est propre. Ce n'est pas sans influence sur la manière dont le lecteur ou le public recevra l'information.

Que produit un journaliste qui travaille pour un journal papier ?

Le journaliste qui travaille dans la presse écrite produit des articles d'information sous forme de ***textes.*** Ces textes font l'objet d'une mise en page et sont accompagnés d'un titre et, la plupart du temps, d'une illustration (dessin de presse, images, infographie)

Que produit le journaliste qui travaille pour une radio ?

Le journaliste qui travaille pour un média radiophonique produit un contenu ***audio***. Ici, le public ne lit pas les informations comme dans un journal papier mais les entend. ***Les voix*** ont une place centrale, tout comme ***les sons*** et ***la musique***. ***Le rythme*** de l'ensemble est également très important car dès que l'auditeur s'ennuie, il change de station radio. Il n'y a presque jamais de « blanc », c'est à dire de vide, en radio.

A côté des programmes musicaux ou de variétés, les informations sur l'actualité préparées par des journalistes et diffusées à la radio prennent généralement place dans le journal sous forme de flash infos ou de revues de presse.

Que produit le journaliste qui travaille pour une chaîne de télévision ?

Le journaliste qui travaille pour la télévision produit un contenu ***audio-visuel***. Cela signifie que, comme pour la radio, le public entend les informations et donc que ***le son*** a une place importante. Mais avec la télévision, le public voit simultanément des images vidéos illustrant les informations. Si le son a donc une place centrale, ***l'image*** est aussi primordiale dans ce média.

À côté des programmes cinématographiques ou de variétés, les informations sur l'actualité diffusées à la télévision sont regroupées dans un journal télévisé (JT)

Que produit le journaliste qui travaille pour un site d'information sur Internet ?

Le journaliste qui travaille pour un site d'information sur Internet peut diffuser un contenu ***écrit, audio*** ou ***audio-visuel.*** Internet permet le multimédia, c'est à dire un support qui peut intégrer plusieurs médias à la fois.

Activité pédagogique en classes-presse avec les élèves journaux en main
Objectif recherchés :
aider les élèves à comprendre les différents langages et codes utilisés par les médias qu'ils utilisent.
➔***Comparez le traitement d'une même information*** dans un journal presse écrite, dans une revue de presse à la radio, dans un JT et sur un site d'information.

Qu'est ce qui nous aide à comprendre les messages et à maintenir notre attention ?
Quelles sont les différences ?
Quels sont les atouts d'un média par rapport à un autre ?

Les rubriques

Que ce soit dans un journal papier, dans un journal parlé ou télévisé, les informations proposées par des journalistes sont classées dans différentes rubriques en fonction du thème dont il est question.

Les rubriques que l'on retrouve le plus régulièrement dans les journaux sont : *infos du jour, infos nationales, infos régionales, monde, économie, sports, culture.*

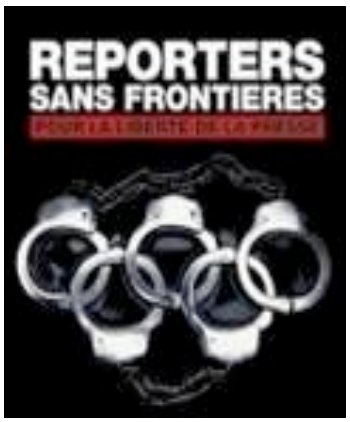
À côté de ces rubriques, on peut également citer les petites annonces, les programmes télévisés, le courrier des lecteurs...

Activités pédagogiques en classes-presse avec les élèves journaux en main
Objectifs recherchés :
aider les élèves à comprendre les rubriques et leurs rôles dans la construction de l'information

1. Feuilletez votre journal et faites une liste, dans l'ordre choisi par ce journal, des différentes ***rubriques*** présentées. Réfléchissez à ce choix : quelle est la logique qui a déterminé l'ordre des différentes rubriques ?
2. Retrouvez les articles avec leurs titres et leurs illustrations qui ***traitent du sport*** : dans quelles rubriques sont-elles placées ? Certains articles pourraient-ils prendre place dans d'autres rubriques ?

ÉTAPE 2. La place des opinions

Entrée en matière....



Un journaliste peut donner son opinion sur un sujet à différents endroits dans un journal. Cependant, le journal est généralement tenu d'afficher une mention au-dessus de l'article annonçant qu'il s'agit d'une opinion : *éditorial, billet, opinion, critique, dessin de presse.*

L'article d'opinion permet au journaliste de s'exprimer librement, d'utiliser l'humour ou un vocabulaire rarement adapté à d'autres articles. Il est l'ancrage d'une pluralité des opinions et d'une ouverture.

La ligne éditoriale

Tous les journaux ont une ligne éditoriale.
La ligne éditoriale, c'est l'ensemble des convictions politiques et philosophiques qui définissent un journal et le distinguent des autres. C'est l'équipe de rédaction qui détermine, en accord avec le propriétaire du média, sa ligne éditoriale. Un nouveau journaliste qui arrive dans l'équipe doit accepter la ligne éditoriale du journal pour lequel il souhaite travailler.
Le lecteur et le public ne connaît pas toujours la ligne éditoriale d'un média. Mais il peut parfois la deviner **à travers les propos des journalistes** ou encore **dans le choix des sujets**. C'est généralement à travers **l'éditorial** que le lecteur parviendra le plus facilement à définir la ligne éditoriale d'un journal. **Les titres des actualités sportives** sont un excellent support pour comprendre les effets recherchés par les journalistes sur leurs lecteurs.

Activités pédagogiques en classes-presse avec les élèves journaux en main
Groupes
Objectifs recherchés :
aider les élèves à repérer l'information, l'opinion et le commentaire.

1. Feuilletez votre journal et essayez de répondre aux trois questions pour en **déterminer la ligne éditoriale :**
- A qui appartient le journal ?
- Quelle est la principale source de financement du journal ?
- En fonction de l'ordre d'apparition des sujets, quelles sont les priorités du journal ?
*Comparez avec d'autres journaux.

2. Sélectionnez, journaux en mains, les titres qui couvrent l'actualité sportive en « Une », en pages sport et en pages locales :

Puis classe-les en fonction de leurs visées :
-les titres qui informent et ne laissent apparaître aucune prise de position (opinion, commentaire) du journaliste et leurs emplacements et rubriques dans les journaux.

-les titres qui informent et laissent apparaître une prise de position du journaliste et leur emplacements et rubriques dans les journaux.

Quel but est alors recherché par ces journalistes ?

Quelles images du sport mettent-ils en avant ?

La critique

Dans un journal, une critique est un article proposé par un journaliste qui y exprime son jugement à propos, le plus souvent, d'une création ou d'un événement culturel ou sportif.
Ces journalistes sont d'ailleurs appelés eux-mêmes des critiques et se sont spécialisés dans un domaine particulier : critiques cinématographiques, critiques littéraires, par exemple. L'auteur d'une critique prend parti.

Activité pédagogique en classes-presse avec les élèves journaux en main
Groupes
Objectifs recherchés :
aider les élèves à élargir leurs représentations du sport.
aider les élèves à trouver l'angle de leurs propres productions sur ce thème.

Constituer un corpus d'articles et d'images sur le thème du ***sport dans tous ses états*** parus dans les journaux du jour (ou sur une semaine), sans oublier le courrier des lecteurs lorsque cette rubrique est présente dans les journaux et les pages locales.

Classez ensuite ces articles et photos en fonction de leur point commun .

Sélectionnez un article (et son image s'il est accompagné d'une image) qui rend compte d'un événement sportif ou d'un portrait de sportif (ve) avec un point de vue négatif.
Surligner les mots et phrases qui ont motivé votre choix . Formulez à votre tour ce que dénonce le journaliste.
Faites de même mais cette fois-ci avec un article (et son image) qui rend compte d'un événement sportif ou d'un portrait de sportif (ve) avec un regard positif. Surlignez les mots et phrases qui ont motivé votre choix. Formulez à votre tour ce que met en valeur, de façon positive, le journaliste.

Mettez en commun : qu'avez-vous appris sur le thème du sport ? Quel(s) article(s) vous paraît le plus intéressant et pour quelle raison ?
Faire observer si l'article est signé ou non

Mettre en évidence les liens que le sport permet dans une ville ou une commune, dans l'économie, dans le tourisme, dans la vie citoyenne.
Mettre en évidence le vocabulaire appartenant au registre de l'émotion et /ou de l'engagement.
Si besoin leur faire remarquer l'absence de propos visant à discriminer une personne ou une collectivité (rappel déontologie des journalistes si besoin).
Faire interroger les élèves sur l'importance des signatures des articles.
Enfin, les faire débattre sur l'importance des opinions diverses face à un même événement dans une démocratie.

Lister leurs remarques et affirmations.

Le billet

Le billet -d'humeur- est un article d'opinion, souvent court et généralement en première page dans la presse, qui présente de façon sarcastique ou humoristique un événement ou un sujet d'intérêt général susceptible d'attirer l'attention du lecteur, d'apporter un sujet de réflexion. L'auteur du billet prend parti. Habituellement, la chute de l'article est particulièrement soignée, constituant en quelque sorte la morale de l'histoire.

Activités pédagogiques en classes-presse avec les élèves, journaux en main
(3 entrées)
Groupes
Objectifs recherchés
ouvrir l'écriture journalistique aux billets d'opinions
susciter des talents de dessinateurs(trices) de presse

1.Feuilletez votre journal et **identifiez les articles d'opinion** de ceux qui diffusent des informations sans prendre parti. Mettez en évidence les indices qui vous permettent de faire cette distinction.

2. Quel rôle a ou ont les dessins de presse ?

3. Votre journal a-t-il **une maxime ou une devise** sur la page de UNE ? Si oui, quelle est-elle ?

ÈTAPE 3. Les formes de l'information

Pour transmettre une information à son lecteur ou à son public, le journaliste peut choisir de rédiger un article rapportant **les faits** et contenant les informations les plus importantes dont il dispose.
Il peut également **se rendre au cœur de l'action** pour raconter ce qu'il ou ce qu'elle y découvre ou encore **interroger** une personne qui permettra au lecteur de mieux comprendre le sujet abordé.
Ces trois façons d'aborder un article constituent le travail central des journalistes.

Cependant, quel que soit son choix, le journaliste ne doit jamais oublier **la règle des 5 W.** Cette règle vient de la traduction de 5 mots interrogatifs anglais commençant par la lettre « W » et auxquels le journaliste doit répondre dans tout article d'information :

What ? = Quoi ? De quoi s'agit-il ?
Where ? = Où ?
Who ? = Qui ?
When ? = Quand
Why ? = Pourquoi ?

L'article factuel

Le terme *factuel* vient du mot *fait*. Un fait est une action, un événement qui a eu lieu et qui peut être vérifié.
Un article factuel est un article qui se concentre essentiellement sur les réponses aux 5 questions essentielles (les 5W). L'article factuel présente une vision objective d'un événement, d'une action. Il peut faire intervenir différents interlocuteurs mais le journaliste doit s'efforcer de ne présenter au lecteur que des faits qui peuvent être vérifiés.

La brève

En presse écrite, la **brève** est, comme son nom l'indique, un texte court (dix lignes maximum). Elle livre en trois ou quatre phrases une information très concise, sans titre. La brève doit répondre aux Quoi, Qui, Ou, Quand et à la question Comment, parfois. Les brèves fournissent de l'information sur l'actualité. Elles couvrent toute une gamme de sujets, des faits divers à l'actualité internationale. Dans les médias écrits, les brèves sont généralement regroupées dans une colonne pour former un bloc de brèves. Sur les pages d'accueil de nombreux sites Web, on trouve de plus en plus fréquemment des *brèves*.

Activités pédagogiques en classes-presse avec les élèves journaux en main
Exemple
« Valérie Fourneyron, ministre des Sports, de la Jeunesse, de l'Education populaire et de la Vie associative était en Bretagne le vendredi 14 septembre 2012 pour annoncer la création d'un Comité Interministériel de la Jeunesse (CIJ) »
Le Télégramme samedi 14 septembre 2012.

Observez la façon dont une brève est écrite et les questions auxquelles elle répond
Aider les élèves à produire des brèves sur le thème « ***le sport dans tous ses états »***.
Recherchez des brèves présentes dans les journaux et identifiez ses constantes d'écriture.

QUI ?
Valèrie Fourneyron

QUOI ?
A annoncé la création du CIJ

OÙ ?
En Bretagne

QUAND ?
Vendredi 14 septembre 2012

Le reportage

Avec le reportage, le journaliste se rend au cœur de l'événement, rencontre les gens concernés, observe la situation, enquête sur un élément important.
Dans un reportage, le journaliste apporte une touche d'ambiance, décrit une atmosphère, évoque des impressions, des sentiments... Cette forme d'écriture journalistique se rapproche davantage du **témoignage de l'observateur.** Le journaliste utilise ses 5 sens. Il nous donne à voir, à entendre, à sentir, à toucher.

Cela ne signifie pas pour autant qu'aucune information n'est fournie dans l'article. Le reportage ne doit pas se comprendre en opposition avec l'article factuel. Au contraire, ces deux genres sont complémentaires tout en amenant l'information au lecteur par des chemins différents.

Activités pédagogiques en classes-presse avec les élèves journaux en main

➔Feuilletez votre journal pour trouver et **analyser un article factuel.** Mettez évidence les indices qui vous ont permis de l'identifier.

Trouvez une brève et appliquez les QUI ? OU ? QUOI ? QUAND ?
➔Feuilletez ensuite votre journal pour trouver et **analyser un reportage.** Surlignez les phrases ou les passages qui vous ont permis d'identifier ce genre journalistique.

Identifier les différents genres journalistiques et leurs fonctions dans la communication de l'information
Aider les élèves à formuler leurs projets d'écriture en s'appuyant aussi sur le genre journalistique qu'ils veulent construire.
Montrer qu'un même événement ou une même information peut donner lieu à des articles différents.

L'interview

L'interview a pour but de mettre en lumière l'action d'une personne exceptionnelle, spécialisée, engagée ou simplement concernée et motivée, qui peut apporter des informations supplémentaires au public.
L'interviewé(e) éclaire certains points en donnant des informations, témoigne de son expérience, explique ce qu'il ou ce qu'elle sait.
Une interview permet d'apporter des touches de réalité, d'incarner un fait ou un événement. Le rôle du journaliste est de faciliter la parole de l'interviewé(e).

Il existe différentes formes d'interview en fonction du but recherché par le journaliste et de la personne qui est interviewée :

- **l'interview témoignage** d'un acteur ou d'un témoin d'un fait qui rapporte sa version des faits au journaliste;
- **l'interview expertise** d'un spécialiste qui explique une situation pour aider le lecteur à la comprendre.
- **l'interview portrait** par laquelle le lecteur découvre la personnalité de quelqu'un, sa vie, ses motivations, ses questions, ses espoirs, ses inquiétudes.
- **l'interview opinion** qui permet de connaître l'opinion de telle ou telle personne qui joue ou a joué un rôle important sur un sujet donné.

Après l'interview **vient toujours le travail de réécriture**.
Tout en conservant le caractère oral du discours, le journaliste doit le « nettoyer » et en supprimer les hésitations, les répétitions ou les phrases sans fin. Il peut également modifier l'ordre des questions selon la manière dont il construit son article. L'important étant que l'interviewé(e) y retrouve l'expression de sa pensée.

L'interview en style direct

Le rapport de l'entrevue du journaliste et de l'interviewé peut être présenté au lecteur sous forme de ***questions-réponses.*** Il s'agit d'une interview en style direct. Dans ce type d'article, le texte est écrit de telle façon que l'on découvre la personne à travers son discours.

L'interview au style indirect

Dans une interview en style indirect, c'est le journaliste qui parle de l'interviewé, présente son travail, ses idées, ses opinions, ses actions. I**l ne s'agit donc pas de retranscrire directement les réponses de l'interviewé** mais bien de présenter la personne interrogée, d'éclairer l'essentiel de son discours, d'inclure des moments de description d'ambiance...
Tout cela dans un texte continu dressant le portrait de l'interviewé au lecteur.

En télévision et en radio, il y a beaucoup d'interviews car elles permettent de varier la voix, le rythme d'un reportage et de rendre un sujet plus vivant. Cependant, dans ces médias, on ne trouve que des interviews en style direct. Le style indirect est propre à l'écrit.
Activité pédagogique en classes presse avec les élèves journaux en main
Feuilletez votre journal. Retrouvez et **analysez des interviews**.
Identifiez celle qui est présentée sous forme de questions-réponses.
Objectifs recherchés
Identifier les différents genres journalistiques
Aider les élèves à formuler leurs projets d'écriture en s'appuyant aussi sur le genre journalistique qu'ils veulent construire.
Montrer qu'un même événement ou une même information peut donner lieu à des articles différents

Les principaux genres journalistiques, leurs contraintes d'écriture et visées

Article factuel	Reportage	Interview	Brève
Un article factuel rapporte principalement des faits en répondant aux questions (quoi, qui, où, quand, comment et bien souvent pourquoi), accompagnés de nombreux éléments qui peuvent être vérifiés comme des chiffres, des dates, des noms, des lieux. L'article factuel est écrit à la 3ème personne du singulier. Les verbes sont au présent, passé composé et futur. Il est très souvent accompagné d'une illustration qui sert d'accroche et complète l'information. Il a pour but d'informer le lecteur d'un fait « brut » détaillé.	Dans un reportage, le journaliste témoigne de ce qu'il a vu de ses propres yeux. En plus de répondre aux questions (quoi, où, quand, comment et pourquoi), il plante le décor, donne des détails d'ambiance au lecteur, peut s'arrêter sur un point particulier. Le reportage peut être écrit à la 1ere ou à la 3eme personne (je/ nous ou il/ils). Les verbes sont au présent, passé composé et futur. Le conditionnel présent est utilisé pour formuler une incertitude ou un doute. Il est toujours accompagné d'au moins une illustration qui est une photographie de presse (lieux, personnes) . L'information peut être complétée par une infographie ou un dessin de presse. Il a pour but d'informer, d'un fait mais en le mettant dans un contexte où plusieurs voix et donc plusieurs regards s'entrecroisent afin d'aider le lecteur à se faire sa propre opinion sur le sujet.	Ici c'est une personne choisie parce qu'elle a à dire quelque chose qui concerne directement un sujet traité. Elle peut être choisie pour son originalité, son expérience, son savoir, sa passion, … et elle est interrogée par le journaliste. L'interview répond aux questions (quoi, qui, où, quand) tout en donnant un regard singulier, original, personnel sur le sujet. Les temps utilisés sont le présent, le passé composé et le futur. Le conditionnel est utilisé pour exprimer un doute ou une incertitude. Le journaliste peut décider de retranscrire l'interview en style direct (questions-réponses) ou en style indirect en parlant de cette personne à la troisième personne du singulier . L'interview est obligatoirement suivie de la photo de l'interviewé(e). Il a pour but de donner la parole à un témoin ou un acteur concerné par un fait et/ ou par un sujet de société. Et d'aider ainsi le lecteur à comprendre une situation ou un fait par l'intermédiaire d'un témoignage.	La brève ne dépasse pas 10 lignes...et peut se réduire à 100 signes. Elle répond de façon concise aux 5 W. L'information mise en lumière peut être un chiffre ou un fait. La brève est écrite à la 3ème personne du singulier. Les verbes sont au présent, au passé composé et au futur. La brève ne comporte pas d'illustration de façon générale. Cependant elle peut être accompagnée d'une illustration ou d'une infographie si ces dernières complètent l'information. Elle a pour but de porter à la connaissance des lecteurs un fait « brut » sans détour ni parfois sans avoir besoin, pour que ce fait soit compris d'être mis en contexte.

Activité pédagogique en classes-presse avec les élèves journaux en main

Observez le choix de traitement d'un même événement dans 3 journaux différents et **comparez les choix de forme des articles** :
ont-ils tous choisi de parler du sujet dans une même forme d'article (factuel, brève, reportage ou interview) ou pas ?
Quels sont les atouts de ces différents traitements journalistiques ?

Exercice du puzzle , l'article est divisé en plusieurs paragraphes et recomposé en mélangeant ces derniers. Le jeu consiste à **retrouver l'ordre journalistique initial.**

Feuilletez votre journal. Choisissez un article qui vous a plu; cet article ne doit pas être une brève. **Transformez l'article en une brève**, le réduire à sa plus simple expression en éliminant les parties n'apportant pas d'informations capitales (5 W).

Objectifs recherchés

Aider les élèves à rentrer dans l'écriture journalistique et à s'approprier les codes du genre

Les aider à s'approprier les genres journalistiques et leurs règles principales d'écriture

Les aider à affiner leur projet d'écriture : *je veux écrire quel type d'article sur le thème « le sport dans tous ses états ? »*

Les aider à écrire pour être lus

S'exercer à construire une même information en utilisant plusieurs genres journalistiques.

➔Un même fait peut être porté à la connaissance du lecteur sous des formes d'articles différents. Vous pouvez donc lors d'une rencontre avec une personne ou lors d'une visite **choisir plusieurs angles d'écritures et donc rédiger sur un même sujet, plusieurs articles sous des formes journalistiques différentes. Sans oublier la création d'un reportage photos titré et légendé.**

E**n classes-presse toutes les formes journalistiques sont permises**. **Un même sujet peut d'ailleurs se décliner avec des traitements journalistiques variés.**

L'important étant que les élèves aient connaissance de ses possibilités pour qu'ils soient à même de l'utiliser

Pour les aider à comprendre le but recherché par leurs articles et adapter la forme journalistique au contenu qu'ils veulent, on peut les inciter à préciser leurs projets d'écriture d'articles :

- Veulent-ils écrire un article pour informer les lecteurs d'un « fait brut » ?
  (brève, article factuel)
- Veulent-ils écrire un article pour faire agir ou faire réagir les lecteurs ?
  (reportage, éditorial, billet , dessin de presse, critique, montage-photos...)
- Veulent-ils écrire un article pour donner la parole à un témoin ou un acteur concerné par le sujet ? (interview , reportage)
- Veulent-ils rendre compte d'un savoir, d'une expérience, d'une découverte ? (article factuel)
- Veulent-ils prendre position et ouvrir un débat ?
  (éditorial, billet, dessin de presse, montages-photo...)

...La frontière entre ces formes journalistiques n'est pas toujours, dans la réalité du travail du journaliste, aussi définie et fermée.

Un sujet « chaud » sur le thème du sport dans tous ses états peut parfois soulever des contradictions et des polémiques et donne lieu parfois à un mélange des formes.

Cependant obliger les élèves à se poser la question : « **je veux avoir des informations sur...parce que je voudrais dire aux lecteurs que...** » est un moyen qui va leur permettre de définir **l'angle** de leur sujet (eux comme les autres ne pourront pas TOUT DIRE)

Ainsi auront-ils une idée plus claire des objectifs qu'ils veulent atteindre pour les lecteurs et donc des procédés d'écriture qu'ils doivent mettre en place pour y parvenir (plan, fil rouge).

Zoom

Les sports dans les médias

Certains résultats sportifs font parfois la « Une » des journaux et bien sûr des quotidiens et des magazines entièrement consacrés au sport. Les jeunes comptent parmi les plus fidèles lecteurs des informations sportives. Ce goût pour le sport est une entrée pour qu'ils découvrent les spécificités de la presse régionale et locale à partir du traitement réservé aux évènements sportifs.

Objectifs

Découvrir la place qui revient aux différents sports dans la presse écrite et s'interroger sur cette place.

Découvrir les spécificités des journaux classes-presse dans le traitement médiatique du sport.

Matériel

Une semaine des quotidiens et hebdomadaires en classes-presse ainsi que des exemplaires de magazines et de quotidiens sportifs présents au CDI ou apportés par les élèves.

Pour compléter ce corpus, on peut rechercher la liste des titres de la presse sportive sur le site www.portail-presse.fr

Organisation

Travail par groupes

Déroulement

A partir des journaux et magazines sportifs disponibles dans la classe-presse (et ceux trouvés sur internet si nécessaire), les élèves dressent un inventaire des disciplines sportives traitées dans la presse sportive.

> *Y a-t-il des sports pas ou peu connus des élèves ?*
>
> *Combien de pages, d'articles et de photos sont réservés aux sportives ? Quels sports représentent-elles ?*
>
> *Commentez*

Le sport dans les journaux partenaires de la classes-presse

Répartir la classe en groupes. Chaque groupe travaille sur une semaine du quotidien ou des journaux lors des deux semaines de comparaison. Demander aux élèves de rechercher les articles relatant des rencontres sportives et de noter pour chaque sport dans quelles rubriques il apparaît (locale, régionale, nationale, sportive, programme des chaînes de télévision...).

Mise en commun.

- *Quels sont les sports qui reviennent le plus souvent et pourquoi ?*
- *Existe-t-il des différences d'une rubrique à l'autre, ou bien les sports figurent-ils toujours dans la même rubrique ? Pourquoi ?*
- *Quelle est la part rédactionnelle réservée aux équipes vedettes de haute compétition, aux champions ?*
- *Peut-on dresser un palmarès des sports pratiqués selon les régions ?Quel serait celui de votre département ou de votre ville ou de votre quartier ?*

La mise en récit

Il s'agit de proposer aux élèves de détecter quelques procédés narratifs utilisés

Demander à chaque groupe déjà constitué de choisir un ou plusieurs articles et de souligner par des couleurs différentes les termes techniques (adjectifs et adverbes superlatifs), les expressions lyriques ou emphatiques, les métaphores.

Mise en commun : essayer de dégager dans l'article les propos qui relèvent de la description, de l'explication du jeu, ou du parti pris du rédacteur.

- *Quels sont les mots les plus souvent utilisés par les journalistes sportifs pour rendre compte d'une victoire ou d'une performance (individuelle ou d'équipe) ?*
- *Quels sont ceux le plus souvent utilisé pour rendre compte d'une défaite ou d'un échec (individuel ou sportif) ?*
- *Quels domaines de langage (champ lexicaux) sont utilisés par les rédacteurs sportifs (celui de l'exploit, celui de la guerre, celui du héros, celui du bonheur, celui de la puissance…) ?*

Les sports dans les quotidiens nationaux

Chaque groupe travaille sur un quotidien national différent du même jour.

Demander aux élèves de noter le nom du journal qu'ils ont en main et le nombre de pages qu'il consacre à la rubrique des sports. Faire relever les disciplines traitées dans le journal, leur nombre et le type de traitement pour chacune d'entre elles (brève, reportage, portrait de joueur, portrait de joueuse, reportage photo...). Comparer ces traitements journalistiques.

Mise en commun

Peut-on noter de grandes différences d'un journal national à l'autre concernant le volume d'informations sportives (nombre de pages, d'articles, de photos, de disciplines...), la diversité des angles, la variété des photos ? Si oui pourquoi ?

Comparer avec les journaux partenaires des classes-presse.

Focus sur la place des sportives et le traitement journalistique de ces dernières

Quelle place occupent-elles dans les journaux classes-presse ? Nationaux ? Revue et journal spécialisé ?

Chercher un reportage ou une interview sur un sportif réalisé par un journaliste. Puis chercher une interview ou portrait d'une sportive réalisé par **ce même journaliste**.

Comparer. Emploie-t-il les mots mots ? Le même ton ? Le même champ lexical ? Pose-t-il les mêmes questions ? Quel(s) domaine(s) (personnel, familial, professionnel) sont évoqués lorsqu'il s'agit d'une sportive ?

Débattre

C- Découvrir les productions journalistiques
Savoir analyser un article de presse

Un « bon « article (brève, reportage, interview, billet, éditorial..) court ou long est celui qui est lu du début...à la fin!

Etape 1- Le titre, une donnée essentielle

Les éléments qui éveilleront l'intérêt du lecteur pour un article sont principalement les titres et les illustrations.
Le titre est le premier niveau de lecture d'un article. Indépendamment de l'intérêt personnel des lecteurs pour un sujet particulier, le titre détermine l'envie du lecteur de lire un article plutôt qu'un autre.

Sans titre, le lecteur serait perdu dans le journal car il ne saurait pas où trouver l'information. Le titre doit donc à la fois résumer en quelques mots le contenu essentiel de l'article (fonction informative) et donner envie aux lecteurs de lire l'article qu'il accompagne (fonction incitative)

Un « bon » titre doit :

-donner une idée précise de ce dont on va parler,
-être clair et facilement compréhensible,
-être court,
-être dynamique.

Le titre factuel

Le titre factuel est un titre qui met en évidence un fait important de l'article qu'il accompagne : un chiffre, une date, un nom... S'il doit donner envie au lecteur de lire l'article qu'il surmonte, le titre factuel a surtout une fonction informative. Généralement, il accompagne un article factuel.

Exemples :

• « Un club de triathlon voit le jour à Plougonvelin » (Ouest-France du 17 septembre 2012)
• « Mondial 2014 : premier rendez-vous pour l'équipe de France de football ». (Le Télégramme du vendredi 7 septembre 2012)

Le titre interrogatif

Une méthode très utilisée par les journalistes est celle qui propose un titre sous forme de question. Cette forme de titre est intéressante car elle donne envie au lecteur de lire l'article pour connaître la réponse. Bien entendu, la question ne doit pas être posée dans le vide : la réponse doit obligatoirement se trouver dans l'article...

S'il n'oublie pas d'informer le lecteur au sujet de l'article, le titre interrogatif se concentre davantage sur la fonction incitative en cherchant à éveiller la curiosité du lecteur.

Exemples :

- « Et si on faisait du sport ? » (Le Télégramme du 8 septembre 2012)
- « **Dopages :** nouvelles menaces sur le sport professionnel ? » (Ouest-France du 6 août 2012)
- **Jeux paralympiques.** La France termine à la seizième place » (Le Télégramme du lundi 10 septembre 2012)

La citation

La citation d'une personne interrogée par le journaliste est également une forme de titre qui interpelle le lecteur. Elle est généralement utilisée pour accompagner une interview et doit être mise en évidence par des guillemets ou en italique.

Exemples

• Football. « Alain Traoré : « *Il faut juste oser* » (Ouest-France lundi 17 septembre 2012)
• Football « Mathieu Kervestin : « *On ne méritait pas mieux.* » (Le Télégramme du lundi 10 septembre 2012)

Les jeux de mots

Les titres en forme de jeux de mots attirent également l'attention du lecteur. Certaines formules particulières comme les rimes, les paradoxes sont très utilisées, surtout pour des articles d'opinion comme les éditos ou les billets d'humeur. Ils sont nombreux dans les rubriques sportives.

Exemples

• Course sur route. *« Steven Furic : coup d'essai, coup de maître* » (Le Télégramme du lundi 10 septembre 2012)
•Athlétisme. *« Lemaître reste le maître »* (Le Télégramme du lundi 10 septembre 2012)
• Football : *« des vertes, des rouges et des pas mûres* » (match de foot Lyon et Lorient) (Ouest-France du lundi 17 septembre 2012)
•Motocyclisme. *« Lorenzo renoue plein pot avec le succès* » (Ouest-France du lundi 17 septembre 2012)

Activités pédagogiques en classes-presse avec les élèves journal en main
Journal en main, choisissez un article dont le titre ne vous plaît pas, et inventez-lui un nouveau titre factuel, interrogatif et un jeu de mots.

Cachez les titres d'articles sur le thème « le sport dans tous ses états » et proposez aux élèves de titrer ces articles.

Mettez en commun, échangez et comparez avec les originaux.

Objectifs recherchés

✓ Écrire pour être lus

✓Entrer dans l'écriture par le titre.

Les inter-titres et les exergues

L'inter- titre est un sous-titre qui permet d'introduire les différents paragraphes d'un article long .

Tout comme le titre doit informer sur le contenu de l'article, l'inter-titre doit informer sur le contenu du paragraphe qu'il accompagne. Les inter-titres sont surtout nécessaires lorsqu'un article est long et complexe car ils permettent de structurer la lecture.

Dans certains articles on trouve également des **exergues.** L'exergue est une phrase extraite du texte mise en évidence reprenant une information importante, une idée forte de l'article.

Activités pédagogiques en classe-presse avec les élèves, journal en main

Feuilletez votre journal et repérez un article (reportage, dossier, interview, billet, éditorial...) qui est structuré par un titre et des inter-titres.

➔ Trouvez un article long sans exergue. Lisez l'article et proposez d'inclure une ou plusieurs exergues.

Objectif recherché

✓ Aider les élèves à structurer leurs articles

ETAPE 2- L'illustration

Avec le titre c'est généralement l'illustration qui incite le lecteur à lire un article plutôt qu'un autre. Il s'agit généralement d'une photographie, d'un schéma, d'un dessin de presse, d'une carte ou autre type d' infographie.

L'importance de l'image

Les illustrations sont importantes dans un article et doivent donner au lecteur l'envie de lire le texte. ***Un article qui n'est pas accompagné d'une illustration passe souvent après les autres dans l'ordre de la lecture.***
Une illustration ne doit pas être choisie au hasard : il faut qu'elle ait un lien avec le thème de l'article. Elle doit donner au lecteur une information sur le sujet abordé dans l'article qu'elle accompagne ou, au moins, proposer une représentation visuelle des propos du journaliste. L'image joue également un rôle esthétique important dans le journal et l'article.

L'image a un pouvoir fort sur l'esprit humain car l'Homme a tendance à croire ce que son œil lui montre bien plus que ce qu'il lit ou ce qu'il entend.

La légende

Une image sans aucune explication laisse la porte ouverte à n'importe quelle interprétation. C'est pour cette raison qu'il est important d'accompagner l'image d'une petite phrase. C'est ce que l'on appelle la légende.

Le sens d'une image peut changer en fonction de sa légende.

Activités pédagogiques en classes-presse avec les élèves journal en main
Analysez le rôle d'ancrage réciproque du texte et de l'image
Repérez comment un texte peut diriger la lecture d'une image.
Être capable d'écrire des légendes à partir de photo de presse sportive muettes (sans texte)
Réaliser un reportage photos sur un événement sportif qui a retenu l'attention des élèves.

Feuilletez votre journal et choisissez une photo qui accompagne un article au sujet du « ***sport dans tous ses états »*** : **imaginez une autre légende qui modifierait le sens de l'image pour le lecteur.**

Objectifs recherchés

- ✓ Entrer dans les productions par la légende
- ✓ Aider les élèves à comprendre le rôle d'une photo de presse
- ✓ Aider les élèves à comprendre la relation article- photo de presse

Pour approfondir, prolonger, susciter des découvertes

2 lectures d'images « muettes » puis comparaison avec le titre et la légende de leurs auteurs et l'analyse du photographe et celle du clemi (cf CD semaine de la presse)

Légende de la photo 1 :

9 juillet 2006. Berlin, Allemagne
Le gardien français Fabien Barthez (gauche) et son homologue italien Gianluigi Buffon s'encouragent avant la séance de tirs au but lors de la finale de la Coupe du Monde. AFP/Patrik STOLLARZ

Commentaire de l'AFP

Unis ou opposés ?

Jérôme Trinssoutrop

Événement médiatique autant que sportif, la finale de la Coupe du Monde de football a été, lors de son édition de 2006, le théâtre d'une double tragédie pour le public français. Autant que l'élimination de la France par l'Italie lors de la séance de tirs au but, c'est l'agression d'un joueur italien par Zinedine Zidane qui a terni, non seulement cette partie qui devait être sa dernière, mais également la carrière toute entière d'un homme des plus appréciés dans l'hexagone.
Prise après cet incident qui provoqua l'exclusion du capitaine et buteur fétiche de l'équipe de France, et avant la série des penalties, cette image des deux gardiens de but peut offrir une double lecture. Complémentaires plus que contradictoires, ces interpréta- tions d'un moment de détente ou de pression psychologique s'appuient aussi sur celles des médias réduisant une équipe à ces seuls protagonistes.
La première lecture, symbole d'une amitié qui serait le fondement même du sport comme lien positif entre les peuples et les personnes, donne à voir deux adversaires échangeant enfin un signe fraternel alors que leurs positions, à l'opposé sur le terrain, empêchent habituellement tout contact. Souriants, presque caressants, les deux gardiens se retrou- vent désormais sur le devant de la scène et semblent exprimer, avec une certaine ten- dresse, l'acceptation d'un destin commun qui les rassemble plus qu'il ne les oppose. Ca- drés tous deux à mi-jambe, ils bénéficient d'une prise de vue dont la focale exclue toute autre présence, qu'elle soit sur le terrain ou dans les tribunes. Comme dans un jeu de mi- roir, leur expression, leur position ainsi que le noir et or de leurs tenues vestimentaires pourraient représenter l'égalité complète dans laquelle ils se trouvent avant la cruciale séance de tirs au but.

La seconde interprétation offre la vision de deux adversaires que le hasard du jeu a mis, bien malgré eux, en présence. Contraints à une proximité physique inhabituelle, ils ébau- chent par le geste un rapport physique ambigu, qui met autant à distance qu'il met en contact. Le sourire carnassier des deux joueurs antagonistes cèle-t-il une complicité ou une rivalité ? Le geste est-il une caresse ou une agression masquée ? Déshumanisé par de robustes gants aux noms des deux gardiens, ce contact pseudo amical conserve une ap- parente défiance. Les deux hommes ont-ils encore présent à l'esprit le violent coup de tête de Zidane ? C'est en tout cas celle de l'autre que chacun touche, ou éloigne. Peut-être involontaire, ou plutôt instinctive, cette confrontation se déroule dans un mouvement quasi animal alors que les pas des deux opposants les amènent à se croiser.
Le numéro seize sera-t-il supérieur au numéro un ? Faites vos jeux ! À cet instant, nul ne le sait, mais ce moment de pause n'est résolument pas hors du jeu : il y participe pleinement.

Lire la photo avec l'Agence France-Presse © CRDP de l'académie de Versailles – 2008

Légende de la photo 2 :

27 juin 2006. Wimbledon, London

La Russe Anna Chakvetadze s'énerve après avoir perdu plusieurs jeux d'affilée contre la Chinoise Zi Yan lors du 2ème jour des internationaux de Wimbledon. Chakvetadze remporte finalement le match. AFP/Carl DE SOUZA

Commentaire de l'AFP :

Under Pressure...

Philippe Lapeyre

Quatre vignettes choisies dans une série de prises de vue « en rafale » nous donnent à voir Anna Chakvedatze en 2006, au tournoi de tennis de Wimbledon. La jeune joueuse russe est opposée à Zi Yan, joueuse chinoise d'un an son aînée. Le décor est planté : au premier plan, le vert clair d'un gazon impeccable (c'est seulement la deuxième journée du tournoi) contraste avec le vert très « Wimbledon » de l'arrière-plan.
Au centre, en quatre images, Anna Chakvedatze « pète les plombs », pour employer une expression à la mode. Le photographe se tient presque face à la Russe, tout près de son adversaire : c'est donc elle qu'Anna Chakvedatze semble fixer dans la première image. Évi- demment, le cadrage reste le même, dans ce temps si limité. Celui-ci, volontairement serré, ne laisse de place qu'à la jeune femme, comme pour souligner sa solitude dans ce moment. On s'interroge sur l'élément qui déclenche cette rage... Est-ce l'adversaire de la joueuse qui tarde à servir ? Des spectateurs sont-ils bruyants, tardent-ils à s'asseoir ? Est-ce cela qu'il faut percevoir dans le regard désespéré d'Anna ? Elle vient de perdre plusieurs jeux d'affilée.
On a l'impression d'assister à une tragédie en quatre actes...
Acte I – La détresse
Le corps figé, prêt à la réception du service de son adversaire, le visage grimaçant d'Anna est déformé par une crispation insoutenable. On sent que quelque chose d'intense va se passer...
Acte II – Le cri

Toute la musculature est à présent raidie. La bouche n'est plus qu'un cri, un immense cri qui s'échappe au moment de cet effort extrême. Celui-ci peut-il libérer toute la tension accumulée ? La main gauche, doigts écartés, traduit l'exaspération.
Acte III – Tiens, voilà pour toi !
C'est finalement la raquette qui fait les frais de la colère d'Anna. Dans un geste rageur, la joueuse la jette au sol, à la manière d'un John McEnroe... La contraction a quitté le visage comme pour venir alimenter le bras.
Acte IV – Non, j'en peux vraiment plus !
On sent bien que quelque chose s'est cassé, qu'un point de non-retour a été atteint. La raquette, comme pour se moquer de cette colère dérisoire, rebondit de l'autre côté, ajou- tant au dépit d'Anna...
Que faut-il retenir de ces quatre images ? S'agit-il simplement d'un caprice d'une jeune joueuse qui manque de maturité, qui démérite car elle ne sait pas garder son calme ? Sans doute, mais ces images nous donnent à réfléchir sur l'immense pression qui pèse sur de si jeunes champions. À dix-neuf ans, comment garder un mental intact lorsqu'on est au centre d'enjeux si importants : enjeux sportifs, bien sûr, mais aussi enjeux finan- ciers ? La jeune Russe joue sur le circuit professionnel depuis l'âge de 17 ans. En gains, elle a déjà accumulé plus de deux millions de dollars...
Le tennis fait partie de ces sports, comme la gymnastique féminine, pour lesquels la pré- cocité est souvent un gage de réussite.
Anna refera surface et remportera ce match face à son adversaire chinoise.

Lire la photo avec l'Agence France-Presse © CRDP de l'académie de Versailles – 2008

Déroulement : Distribuer ces deux photographies ci-après de l'AFP sans sa légende ni son contexte (lieu, date).

Consigne 1 :
Que représentent ces photos ?
Que leur manque-t-il pour qu'on sache avec certitude de quoi il s'agit ?

Consigne 2 :
Vous donnerez un titre à ces deux photographies de l'AFP et vous établirez une légende pour chacune d'elles.

Mise en commun des productions des élèves, puis discussion et comparaison avec les titres et légendes originaux.

Distribution des légendes.

➔ *Quel est l'effet de la lecture de la légende sur la façon qu'on a de regarder l'image ?*

➔ *Q*uelles informations le texte apporte-t-il sur la photo que nous regardons ?

➔ Le texte peut apporter des informations que l'image ne dit pas : ajouter un bruit, une voix, un commentaire extérieur que l'image ne peut donner et qui portent tout le sens de la photographie.

Les relations croisées entre texte et image

Activité pédagogique en classes-presse, journal en main :
Feuilletez votre journal et observez vos réactions : par quels éléments votre regard est-il attiré en premier ? Vers quel article allez-vous vous diriger en premier lieu ? Pourquoi ?

Texte et image entretiennent une relation complexe. Ils ont selon les cas, différentes fonctions l'un par rapport à l'autre.

L'image ancre le texte : l'illustration
L'image peut avoir un statut d'illustration du texte : le dessin ou la photo donne à voir ce que « dit » le texte. Redondante ou complémentaire, l'image reste seconde, au service du texte.

Le texte ancre l'image : la légende.

Même lorsqu'elle est autonome (une photo présentée pour elle-même), l'image reste dans un rapport de dépendance avec le texte : essentiellement sous forme de légende, de titre ou de slogan, le texte a pour fonction d'accompagner l'image et de réduire sa polysémie en permettant à celui ou celle qui regarde l'image de répondre à la question : « *qu'est-ce que c'est ?* »

Le texte reste en position de force par rapport à l'image puisqu'il peut en changer le sens. Non que l'image puisse signifier n'importe quoi, mais sa polysémie ouvre la porte à différentes interprétations parmi lesquelles seul le texte permet de trancher.

Le cadrage

Tout comme la légende le cadrage d'une photographie est très important. Le cadrage c'est l'action réalisée par le photographe au cours de laquelle il choisit les éléments qui seront présents sur la photo et ceux qui n'y figureront pas (le hors-champ) .

Une image peut avoir une signification très différente en fonction du cadre. Il est donc important de bien choisir le cadre d'une image afin de ne pas oublier les éléments qui permettent de comprendre la situation photographiée.

Exemple de changement de sens en fonction du cadrage . Une activité à mener en classes-presse. Avec les élèves.

1. Voici l'image sans texte : que nous dit-elle ?

Comment interprétez-vous cette photo ? Proposez un titre et une légende.

Mise en commun et repérage des signes visuels qui justifient les propositions des élèves.

Puis photo d'origine avec un cadre plus large....et remarques des élèves.

Puis l'image entière. ***Que nous dit-elle ?***
Voici la photo d'origine

Quelques points d'appui pour cette activité :

Certains cadrages (ou recadrages ultérieurs) rejettent dans le hors-champ (ce que l'on ne voit pas sur la photo) toute une partie de la réalité; l'effet de l'image finale sur le lecteur peut être éloigné-voire totalement différent- de celui que la scène photographique devait logiquement entourer.

« *Une photo, on peut lui faire dire ce qu'on veut. Un texte, un film, un discours, c'est la même chose. Il suffit d'en découper un petit morceau, bien proprement, sur une jolie page. L'« extrait » prend tout de suite une coloration différente, quelque fois un sens totalement différent. Tout dépend de l'endroit où l'on coupe. Tout dépend de celui qui tient la colle et les ciseaux.* » (Claude Duneton, Anti-manuel de français. ED.du Seuil. 1978).

Extrait d'un courriel transmis à Claude Duneton par G. Perrin, photographe :
« *Je suis bien l'auteur de cette photo. J'ai proposé ce type d'image car elle était facile à recadrer puisqu'elle devait illustrer « méfiez-vous des morceaux choisis ». L'exemple du visuel symbolisait dans le premier cadrage la victoire d'un coureur à pieds. C'est pour cette raison que nous avons choisi un africain en maillot de corps. La réalité de l'image plein cadre est tout autre puisque c'était un comédien symbolisant un flic avec une sale gueule qui faisait feu sur un noir. L'idée était de représenter le détournement que l'esprit peut faire d'un texte comme d'une image en n'en prenant qu'une partie.* »

Le chapeau, l'accroche et la chute

Le chapeau (chapô) accompagne et complète le titre d'un article. C'est « la porte d'entrée » d'un article. Généralement bien distinct du reste du texte, le chapeau surplombe le texte.

Après l'image et le titre il s'agit du niveau de lecture le plus important : une fois que le lecteur a été attiré par l'image et/ le titre d'un article, il parcourt le chapeau qui doit lui confirmer son intérêt pour l'article, l'inviter à lire ce qui suit, « à entrer dans l'article ».

Le chapeau est un bref résumé des points forts, un concentré d'informations. Il ne dévoile pas tout mais fournit suffisamment d'éléments pour donner envie au lecteur d'aller plus loin.

En une ou deux phrases, le chapeau doit fournir une partie des réponses aux 5 W (quoi, qui, quand, où, pourquoi et parfois comment). L'objectif est de plonger le lecteur dans le vif du sujet. Mais le chapeau peut également être drôle, métaphorique, mystérieux.
Le chapeau n'est pas toujours présent dans chaque article surtout lorsqu'il s'agit de courts articles qui peuvent se contenter du titre.

3 exemples de chapeaux (chapô) sur le thème « le sport dans tous ses états »

- (**pour un reportage** dont le titre est : ***Jeux para-olympiques : la France termine à la seizième place.***« *Le compteur s'est arrêté à 45 : le nombre de médailles remportées par les Français aux Jeux para-olympiques. Un bilan insuffisant, aux yeux des responsables handisport*. » *(Le Télégramme du lundi 10 septembre 2012)*

- (**pour un article factuel** dont le titre est : « **Plouider : ils ont couru le Marathon du Médoc. »** « *Une quinzaine d'adhérents de Plouider sports nature se sont rendus dans le Médoc, le week-end dernier, pour défier les 42 km du mythique marathon du Médoc à Pauillac* » (Ouest- France du lundi 17 septembre 2012)

- (**pour une interview** dont le titre est **« Le bateau de Bertrand de Broc baptisé. «** *Le skipper a rencontré ses souscripteurs samedi, à Sainte-Marine, avant son départ pour le Vendée Globe. Entretien* **» (** Ouest-France du lundi 17 septembre 2012)

Cohérence titre-chapeau

Si votre titre est attirant, le lecteur lira le chapeau, d'où l'importance d'une cohérence et d'une complémentarité entre le titre et le chapeau.
On parle « ***de parcours de lecture*** » pour déterminer le chemin que parcourt l'œil du lecteur sur la page entière du journal. Et 9 fois sur 10, le titre et le chapeau sont lus dans le même temps.

L'accroche

L'accroche correspond aux premières phrases de l'article, à son introduction. Elle suit le chapeau et plonge le lecteur au cœur de l'information. L'accroche tout comme le chapeau doit « accrocher » l'œil du lecteur et retenir son attention grâce au suspense, au vocabulaire utilisé. L'accroche permet de compléter les informations manquantes dans le chapeau.

3 exemples d'accroche (suite du chapeau) sur le thème « le sport dans tous ses états ».

- (**pour un reportage** dont le titre est « ***Jeux para-olympiques. La France termine à la seizième place***. *La France termine très loin de son objectif qui était de 16 titres, derrière les géants du handisport(Chine, Russie, Grande-Bretagne, Australie, Etats-Unis...) mais aussi des nations comme la Tunisie, la Corée du Sud, l'Iran ou Cuba.. « On va pas se chercher d'excuse », commente Gérard Masson, président de la Fédération de handisport et du Comité paralympique. Il faut qu'on se professionnalise encore. Nos entraîneurs sont bénévoles. On ne peut pas continuer comme ça ». (Le Télégramme du lundi 10 septembre 2012)*

- (**pour un article factue**l) «ont le titre est : « ***Plouider : ils ont couru le Marathon du Médoc.* »**

« *Les coureurs ont arpenté les routes et chemins en découvrant les châteaux et les domaines du Médoc et en goûtant les grands crus ».* (Ouest- France du lundi 17 septembre 2012)

- (**pour une une interview** dont le titre est : ***Le bateau de Bertrand de Broc baptisé.*** *« Ce sera votre troisième participation au Vendée Globe. Quelle est votre ambition après vos deux abandons ? »(Ouest-France du lundi 17 septembre 2012)*

La chute

La chute est le dernier paragraphe ou la dernière phrase d'un article, sa conclusion. Elle n'apporte pas de nouvelle information sur le sujet (excepté parfois les liens internet).

Au contraire, elle souligne généralement un fait, un élément dont le journaliste a parlé précédemment.
Il peut s'agir d'une citation, d'un détail signifiant qui résume bien la situation, d'une appréciation générale ou d'une perspective d'avenir. L'important dans la chute c'est d'être bref et de marquer le lecteur car la dernière phrase d'un article est celle que le lecteur retiendra.

3 exemples de chute sur le thème « Le sport dans tous ses états »(articles et souces citées ci-dessus)

- (**Reportage jeux paralympiques**) « *Il est temps de s'intéresser aussi aux sports « loisirs » pour attirer le plus grand nombre de personnes handicapées, appelant les parents souvent inquiets, à « lâcher » leurs enfants vers le handisport ».*

- (**article factuel marathon en Medoc)** « *Un succès .* »

- (**interview Vendée Globe)** *« Avez-vous bouclé votre budget ? Ce serait mieux avec deux mille souscripteurs en plus. On en a 3 000 contre 6 000 en 1996. Il n'est pas trop tard, il suffit d'aller sur le site www.bertrand-de-broc.fr «*

Activités pédagogiques en classe-presse, journal en main.

➔ *Feuilletez votre journal et choisissez un article qui contient un chapeau, une accroche et une chute.*

➔ Evaluez ces trois éléments en fonction des différents critères définis plus hauts : le chapeau parvient-il à attirer l'attention ? L'accroche réussit-elle à captiver le lecteur ? La chute est-elle marquante ?

Activité pédagogique en classes-presse avec les élèves, journal en main. Fiche élève

Guide pour la lecture d'articles de presse surligner en main

Avant la lecture
Connaissez-vous la source de l'article ? De quand est-il daté ?

I. Observation -repérage-première lecture

1. Structure

- *Quel est l'aspect physique de cet article ? (écrit horizontalement, verticalement..) ?*
- De quoi se compose-t-il ? Citez au moins 3 éléments.
- Qu'est ce qui attire votre attention ?

2. Organisation des idées
- *Quelle est l'idée contenue dans le titre ?*
- Quels sont les temps utilisés
- Combien y a -t-il de paragraphes ? Contiennent-ils chacun une idée différente ?
- Comment sont organisées les idées ?
- Y – t-il une conclusion ?

Ce qui appuie l'argumentation
- *Qu'est ce que l'argumentation ?*
- L'article vous parait-il objectif ou subjectif ? Définissez ces termes et expliquez votre opinion
- Y a t-il des citations ou des exemples ? A quoi servent-ils ?

II. Lectures-analyse-interprétation des choix d'écriture et des procédés utilisés

1. Lecture du titre
- *De quel type d'article s'agit-il ?*
- De quoi l'article va-t-il parler ?
- Que connaissez-vous déjà de ce sujet ? Où en avez-vous entendu parler ?

2. Première lecture (compréhension globale)
- *Identifiez l'idée ou les idées principales et les grandes parties de l'article*
- L'article parle-t-il d'un fait présent, passé, futur ?
- L'article contient-il des citations ? Qui parle ? Quel est son but ?
- Repérez et notez le vocabulaire inconnu.

3. Deuxième lecture (compréhension détaillée)

- *Essayez maintenant d'analyser plus précisément les idées et leur articulation*
- Repérez les phrases et les mots clés
- Le journaliste est-il neutre ? Engagé ? Souhaite-t-il simplement donner une information ou essaie-t-il d'impliquer le lecteur ?
- Le visuel (photo, infographie, dessin de presse) a-t-il un sens pour l'article ?

Synthèse

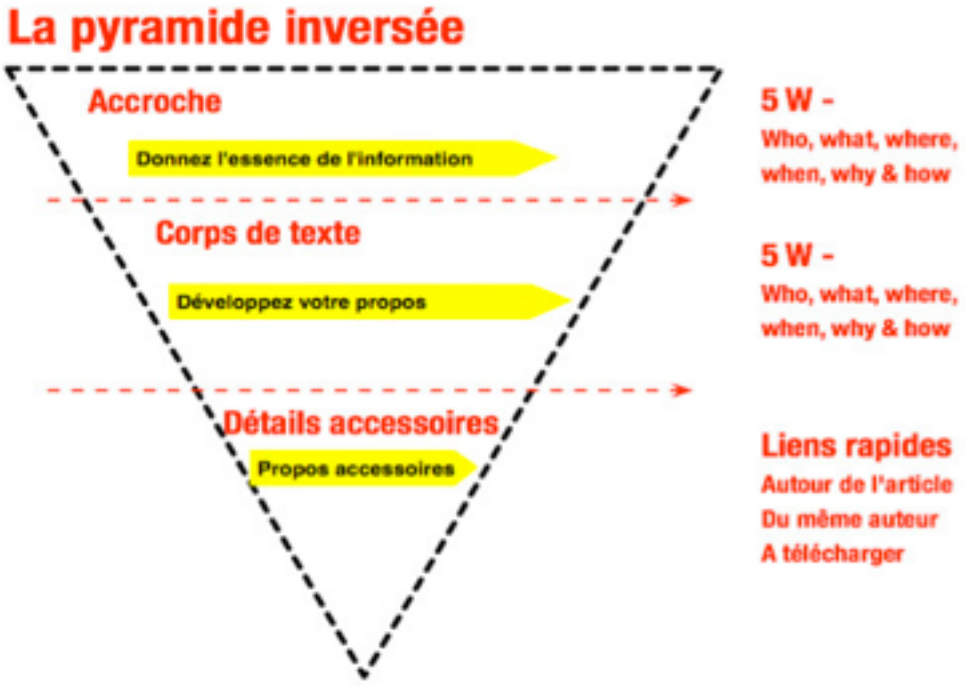
- *Avez-vous appris quelque chose en lisant l'article ?*
- Quelle est votre opinion sur le sujet ?
- Recommanderiez-vous cet article à quelqu'un ? Pourquoi ?
- Aimeriez-vous avoir plus d'information sur ce sujet ?

Quand on écrit un article il faut donc utiliser les éléments suivants :

Source : titre date nom de l'auteur
Aspect :écrivez en colonnes, faites des paragraphes, utilisez les caractères typographiques
Articulation des idées (c'est le plus important) : mettez en évidence l'idée principale; classez les idées dans un ordre précis (***la pyramide inversée : du plus important au moins important),*** donnez des exemples/citations qui incarnent et renforcent votre idée principale, soyez régulier dans l'utilisation des temps (présent/passé composé/ futur/ conditionnel pour un fait à venir non certain ou exprimer un doute),
choisir un visuel qui renforce l'idée principale
Signez votre production (article, image)

Lexique

La technique de la "pyramide inversée" consiste à démarrer un article par les informations les plus importantes, et à continuer avec les informations de moindre importance – l'exact opposé de "garder le meilleur pour la fin"!



Cette progression linéaire suit ***une logique de hiérarchisation de l'information***.

http ://www.christophedasilva.com/blog/2007/05/09/comment-rediger-un-communique-de-presse/

D - Écrire pour être lu
Rédiger des articles ou des productions journalistiques

« *L'essentiel du travail d'un journaliste consiste à s'assurer de la fiabilité des informations. Croiser les regards, recouper les sources...Selon le sujet qu'il couvre, un journaliste prendra contact avec tous les acteurs susceptibles d'intervenir dans ce domaine.*

Enfin, faut-il préciser que le journaliste est ***un observateur du monde en mouvement,*** *un historien de l'instant ? Autrement dit, son travail consiste à arpenter les rues, être à l'écoute, parler avec les gens pour comprendre au mieux, en permanence, la société dans toutes ses composantes*. »

(extrait de « *Des sources fiables, « recoupées » et « personnelles »* par Olivier Mouton)

ÉTAPE 1. Avant de commencer à rédiger

Avant de se lancer dans l'écriture, le journaliste doit répondre à 3 questions :
- quel sera le sujet de l'article ?
- sous quelle forme sera présentée l'information (article factuel, reportage, interview, reportages photos...) ?
- où trouver l'information ?

Déterminer le sujet, définir l'angle.

Avant d'écrire quoi que ce soit, le journaliste doit savoir de quoi il veut parler. Or choisir un sujet d'article n'est pas aussi simple qu'il y paraît à première vue car le journaliste doit faire attention à ne pas choisir un sujet trop général comme, par exemple, le sport en France ou le dopage. Ces sujets sont trop vastes, trop importants pour être abordés en un seul article car le journaliste ne pourra pas en faire tout le tour.

On ne peut pas non plus tout dire sur le dopage ou le sport en France. par exemple, dans un seul article.

C'est ce qui s'appelle **définir un angle.**

Par contre parler de *la dernière décision du conseil municipal qui prévoit qu'en 2013 les jeunes sportifs vont être associés aux décisions concernant les dépenses en matière d'équipements sportifs dans la ville* est plus précis et peut être abordé en un seul article qui détaillera les moment forts de cette décision.

Choisir la forme de l'article.

Une fois que l'on a déterminé le sujet et son angle , il faut choisir la forme la plus appropriée de rédaction d'article. Certains sujets se prêtent mieux à un reportage qu'à un article factuel ou à une interview et inversement.

S'il s'agit d'un événement, le reportage est souvent la forme privilégiée pour informer le lecteur car le journaliste pourra y intégrer de nombreux détails d'ambiance, des extraits d'interviews de personnes présentées, des détails d'organisation.

Par contre, si le sujet choisi nécessite de nombreuses informations pour aider le lecteur à bien le comprendre, l'article factuel sera préféré.

Enfin si le journaliste souhaite présenter le travail ou la personnalité de quelqu'un, l'interview est plus appropriée.

Quel ton donner à l'article ?

Le ton de l'article varie en fonction du sujet. Plusieurs tons sont possibles.

Le ton informatif
C'est celui des articles factuels, des agences de presse. Il permet de donner les premières informations brutes, sans analyse ni commentaire.

Le ton analytique
Les articles analytiques suivent souvent des papiers informatifs. Là, le journaliste aborde un problème ou les enjeux d'un sujet en commentant, en analysant, en formant des hypothèses concernant l'information.

Le ton sarcastique
Très employé par les journaux comme *le Canard Enchaîné* ou *Charlie Hebdo*, le ton est à la fois informatif et volontairement ironique, avec des informations qui sont tournées en dérision. Ce ton est difficile à employer car il faut connaître suffisamment son sujet pour s'en amuser.

ÉTAPE 2. Chercher l'information : les sources.

Une source, dans le monde des médias, correspond à l'origine d'une information.

Une source peut être :
-une personne
-une organisation commerciale ou non
-une agence de presse
-un autre journal
-un site internet d'informations
-un livre.

Lexique- Les agences de presse

Les agences de presse sont des entreprises qui emploient des journalistes professionnels.
Ces agences fournissent de manière permanente à différents médias des informations qui doivent être fiables. Les agences les plus connues à travers le monde sont l'*associated presse* (AP), *Reuters* ou encore *l'Agence France Presse* (AFP)

1- Où trouver les informations ?

Les réponses aux deux questions que le journaliste doit résoudre avant de se lancer dans la rédaction d'un article déterminent la réponse à la dernière interrogation : où trouver les informations ?

Par exemple, si le journaliste choisit de réaliser un reportage sur l'ouverture d'un magasin de sports, il trouvera l'essentiel des informations sur place. Il pourra rencontrer des gens présents (entreprises et consommateurs ou futurs acheteurs), enquêter sur l'un aspect original, mal connu ou méconnu du public.

Si le journaliste veut réaliser une interview, il devra évidemment rencontrer la personne qu'il souhaite interviewer pour obtenir des informations.

Bien sûr le journaliste ne doit pas se contenter d'attendre que les informations arrivent sur son bureau mais doit aller chercher l'information par lui-même.

Ensuite il doit vérifier cette information auprès d'autres sources.

Activités pédagogiques en classes-presse avec les élèves, journal en main

➔ *Feuilletez votre journal et choisissez un article.* ***Mettez en évidence les sources****.*
➔ Vous pouvez aussi choisir un article qui ne mentionne pas ses sources et **formuler des hypothèses sur les sources possibles.**

2- Trouver les «bonnes informations»

Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises sources car toutes peuvent fournir des informations.

Cependant le journaliste doit commencer par identifier l'auteur d'une information et vérifier si ce dernier est un spécialiste du sujet dont il parle ou pas.

De plus, si la source provient d'un site d'internet ou d'un manuel scolaire, le journaliste doit pouvoir identifier la date de cette information et le contexte de diffusion de cette information. Si elle date de 8 mois avant les recherches du journaliste... elle n'aura pas le même degré de fiabilité , est même peut-être périmée ou doit être actualisée.

Proposition d'activité en classe-presse

➔ Faites une recherche sur un site internet d'information.
➔ Choisissez un article qui vous paraît fiable a priori. Ensuite ***identifiez l'auteur de l'article***, la personne ou l'organisation qui anime le site internet en question, la date et le contexte de rédaction de l'article. ***Déterminez grâce à ces éléments si cette source d'information est fiable ou pas.***

ÉTAPE 3. Élaborer le plan d'un article, le plan d'une interview.

Une fois que le journaliste a répondu aux 3 premières questions, il doit réaliser un plan du contenu de l'article. Le plan pourra l'aider dans ses recherches, lui évitera d'oublier des informations essentielles et lui permettra de structurer son travail.
Pour y arriver, il doit déjà avoir fait quelques recherches sur le sujet.

Une fois que l'angle et le ton sont choisis, c'est la partie rédactionnelle qui est concernée. Elle s'articule autour de cinq questions : qui, quand, où, comment, pourquoi ?

Cette méthode permet de garantir un traitement complet de l'information. Le journaliste commence par l'exposition des faits, « qui », « quand » et « où » puis pose les questions « comment » et « pourquoi » afin d'analyser plus en profondeur le sujet.

Activité pédagogique en classes-presse avec les élèves, journal en main.

Feuilletez votre journal et choisissez un article. **Déterminez le plan de rédaction qui a permis au journaliste de réaliser son article.**

Préparer une interview

Faire un plan est encore plus important lorsque on prépare une interview.

En effet, si le journaliste ne prévoit pas ses questions à l'avance, il risque d'oublier certains éléments et d'être contraint de solliciter, à nouveau, un rendez-vous avec la personne interviewée.

Et pour être certain de ne rien oublier, le journaliste doit avoir réalisé des recherches préparatoires .

Le journaliste qui prépare ses questions doit faire attention à les poser de façon claire et précise. En général, il prépare 3 à 5 questions qu'il veut absolument poser et 3 à 5 autres questions plus secondaires qu'il pourra poser s'il en a le temps et si elles sont nécessaires, c'est à dire si la personne rencontrée n'a pas parlé de ces informations que le journaliste juge importantes pour son article.

Cependant cela ne doit pas l'empêcher de poser l'une ou l'autre question plus spontanée en fonction des réponses de l'interviewé.

Enfin, le journaliste doit parvenir à poser les bonnes questions.

Pour cela il doit faire attention à ne pas influencer l'opinion de la personne interviewée et à poser des questions dites « ouvertes », c'est à dire des questions auxquelles on ne peut pas se contenter de répondre uniquement par oui ou par non.

Car une interview dont les réponses se limitent à oui ou à non ne présente que peu d'intérêt pour le lecteur.

Activité pédagogique en classes-presse avec les élèves.

➔ *Vous êtes chargé **de réaliser une interview** d'un habitant de votre quartier ou de votre commune qui vient de suivre une **formation d'éducateur-sportif. Est ce qu'ils vont tous trouver cette personne ? Ne devrait-on pas élargir avec « de faire un stage sportif, d'intégrer pour la première fois un club de sport »** Rédigez 5 questions que vous pourriez lui poser et qui permettraient de faire découvrir au public ses motivations et son bilan aujourd'hui.*

ÉTAPE 4. Rédiger un article.

Une fois que l'on sait ce que l'on veut dire, que l'on a collecté l'information (textes et illustrations), fait un plan, on peut se lancer dans la rédaction de l'article.

Attention, on commence toujours par le contenu de l'article avant de trouver un titre, un chapeau et choisir parmi les illustrations réalisées, celle que l'on retiendra.

Tout article raconte un fait et donc comprend un début, une fin, et des idées qui se suivent en relation les unes avec les autres. On parle parfois de fil rouge ou fil conducteur d'un article. Il s'agit du chemin de lecture qui guide le lecteur et rend un article cohérent.

Exemple de fil rouge d'un article : qui, quoi, pourquoi, conséquence, solutions envisagées.

Activité pédagogique en classes-presse avec les élèves.

➔ Feuilletez votre journal et **choisissez un article pour déterminer le fil rouge de ce dernier.**

6 conseils pour donner envie de lire un article

Pas d'articles ou de productions journalistiques sans lecteur....
Il ne faut jamais perdre de vue que l'objectif d'un article c'est d'informer le lecteur. Un article doit être lu et compris. Le journaliste doit se mettre dans la peau du lecteur et garder à l'esprit qu'il écrit pour le lecteur et non pour lui-même.

Pour rendre un article plus attractif pour le lecteur il est nécessaire de faire attention au vocabulaire employé, à la longueur des phrases, à faire intervenir des personnes extérieures.

Le choix du vocabulaire

Certains mots comme *excellent, magnifique, original, rare, nocif, dangereux,...* sont des mots qui attirent le regard. Mais il ne faut pas en abuser au risque d'y perdre en crédibilité et de donner au lecteur l'impression de lire une publicité.

Il ne faut pas non plus utiliser un vocabulaire de spécialiste, compliqué. Quand le lecteur ne comprend pas un mot, il le passe et continue sa lecture. Mais au 3ème mot qu'il ne comprend pas, il abandonne souvent sa lecture. On peut, si besoin est, indiquer en notes une définition des mots spécifiques, techniques, appartenant au sujet traité.

Activité pédagogique en classes-presse avec les élèves journal en main

➔ *Feuilletez votre journal et choisissez un article qui vous a plu; **distinguez les mots qui attirent votre regard** de ceux que vous ne comprenez pas ou qui vous semblent rébarbatifs.*

Des phrases courtes

Plus les phrases sont courtes, plus le lecteur comprendra rapidement de quoi il s'agit, moins cela lui demandera de se concentrer et moins il aura envie d'arrêter la lecture.
Plus il ira vite dans sa lecture, plus il y a de chance qu'il lise l'article jusqu'au bout.
Généralement on estime qu'une phrase d'une vingtaine de mots reste une phrase courte. Au delà de 30 mots, elle est déjà trop longue. Cette règle n'est pas toujours très réaliste mais il est important d'y prêter attention et de raccourcir ou diviser les phrases dés que possible.

Donner la parole

Tout article doit donner la parole quand le sujet le permet, la parole à des interlocuteurs, des personnes concernées, des témoins, des experts.... un article sera toujours plus vivant s'il est ponctué par des citations ou des extraits d'interviews. Et il gagnera en crédibilité si les interviews sont nombreuses et diversifiées.
Attention : une citation doit toujours être identifiée et distinguée du reste de l'article par des guillemets ou selon le choix de la rédaction, une mise en italique.

Éviter les énumérations

Dans un article il est préférable d'éviter les énumérations. Celles ci, tout comme les parenthèses, perturbent la lecture d'un article.
Il est conseillé de faire des phrases complètes en utilisant un maximum de synonymes pour éviter les répétitions plutôt que de donner des informations les unes après les autres, sans forme.

Maintenir le suivi narratif

Il est important de maintenir un certain suivi narratif, une fluidité dans la lecture. Dans la mesure du possible, il faut parvenir à ce que toutes les phrases se suivent naturellement entre elles, soient en lien les unes avec les autres. Pour cela il ne faut pas hésiter à utiliser des mots de liaison tels que or, mais, en effet, alors que, cependant, ces derniers...

Expliquer et argumenter

Un journaliste ne peut pas affirmer les choses sans un minimum d'explications et sans argumenter son propos sauf s'il s'agit d'une brève factuelle. Une information qui se veut objective doit toujours présenter les pour et les contre, doit donner les faits qui permettent de comprendre une situation, doit justifier ses appréciations.

Une fois rédigé

Lorsque le journaliste a terminé son article il doit :

- s'assurer que celui-ci répond bien aux 5 questions essentielles ,les 5 W
- vérifier que toutes les informations diffusées ont bien fait l'objet d'une vérification auprès d'autres sources
- « coiffer » l'article d'un titre et d'un chapeau et y insérer une illustration

10 conseils pour réussir son article et s'évaluer

Ces 10 conseils d'écriture peuvent aussi servir de critères de lecture pour sélectionner l'article qui représentera votre classe pour le vote des élèves sur la plate-forme

1. ***Vous avez tenu compte de votre lecteur*** : vous n'avez pas oublié que vous vous adressez à un public et que vous n'écrivez pas pour vous ou vos enseignants. Vous avez expliqué les points (mots, techniques...) compliqués et vous avez cité vos sources.
2. Vous avez choisi **un angle** que vous avez gardé jusqu'au bout.
3. Vous avez mis votre **message essentiel en début d'article.**
4. Vous n'avez pas oublié que tout le monde ne connait pas votre sujet et votre lieu d'enquête. Vous avez donc **situé le contexte.**
5. **Vous avez fait partager le côté humain de vos enquêtes et reportages**. Et donc vous n'avez pas simplement fait des descriptions techniques, « froides » comme pourrait le faire un article de dictionnaire ou une encyclopédie.
6. Vous avez varié la longueur de vos phrases et le type de phrases (sans verbe, exclamative, interrogative...) car vous voulez **capter l'intérêt de votre lecteur.**
7. Vous **faites parler des gens** et vous avez pensé à **les citer** et à **les situer** (nom, profession, lien avec le sujet de votre article)
8. Vous avez trouvé **votre titre**, il est informatif ou incitatif.
9. **Vos tableaux, infographies, chiffres, illustrations sont légendés** et/ou expliqués et vous avez **cité vos sources.**
10. Vous avez **signé** de votre nom, prénom, classe et établissement vos articles et vos illustrations.

ÉTAPE 5 - S'exercer à l'écriture journalistique

Mise en contexte

> Combien de fois n'a-t-on reproché à tel journal télévisé, magazine, émission de radio ou titre de presse de ne pas avoir accordé suffisamment de temps ou de place à certaines informations que l'on jugeait importantes ?
>
> Combien de fois n'a-t-on pas été en désaccord avec la représentation qui était faite de tel ou tel sujet ?

Il s'agit dans cette activité d'aider les élèves à prendre conscience du fonctionnement des médias en matière de traitement de l'information : comprendre qu'il n'y a pas d'objectivité, mais que l'information est transmise par des personnes, des équipes qui font des choix tout en faisant face à des contraintes liées à leur média.

Activité pédagogique en classes-presse avec les élèves aborder l'écriture journalistique.

Il s'agit de proposer aux élèves de se mettre en situation de devoir transmettre des informations en respectant un certain nombre de contraintes des classes-presse, bref d'appréhender avec plus de confiance et d'assurance leurs rôles de journalistes en classe-presse :

prendre connaissance du thème « ***le sport dans tous ses états*** » et de ses rubriques
écrire et produire pour être lus donc intéresser ses lecteurs

Déroulement

Étape 1

Demander à chaque élève de répondre à une même question et d'écrire cette réponse qui ne devra pas dépasser 100 signes. Cette activité peut permettre aux élèves de s'exprimer sur leurs pratiques médiatiques si l'on choisit une question du type : qu'est ce que la presse pour moi ? Ou on peut choisir de faire émerger des représentations avec la question : ***quel est mon rapport au sport ?*** Cette première phase d'écriture est individuelle.

Étape 2

Les élèves constituent des équipes (3-4 personnes). On relève les réponses écrites et on transmet ensuite une série à chaque équipe en veillant à ce que chacun ne retrouve pas son propre papier réponse.
Les élèves lisent et débattent des réponses apportées à la question et on leur demande ensuite de rendre compte par écrit des avis et réponses reçus.

Étape 3

Chaque équipe écoute et/ou lit les différentes synthèses des réponses, puis sélectionne ce qu'elle veut conserver : ***un fait ? une opinion ? un commentaire ?*** Elle doit ensuite décider dans quel ordre elle organise les éléments retenus pour en rendre compte à l'ensemble de la classe.

Étape 4

Chaque équipe lit aux autres leurs compte-rendus.

ceux qui sont à l'origine des réponses (les sources) peuvent dire s'ils ont retrouvé leurs propos ou non, si leurs propos ont été transformés.

l'équipe explique ensuite (celle qui a fait le compte-rendu) sa façon de travailler : *comment elle s'est organisée et mise d'accord, les difficultés rencontrées et les solutions mises en place pour surmonter les difficultés.*

Étape 5

Aider ensuite les élèves à comparer la situation vécue avec le fonctionnement des médias.

Des sources de l'info à l'article publié : quelles sont les étapes de fabrication ? Qui intervient ? Quels sont les différents genres journalistiques et leurs contraintes ?

En bref... Au départ, l'équipe de professionnels d'une émission, d'un journal, dispose d'un certain nombre d'informations (par exemple, les dépêches de l'AFP, des reportages, des interviews, des enquêtes...) et d'un format à respecter (une durée pour les journaux télévisés ou radio, un nombre de pages ou de signes pour une édition papier, etc...) Il y a , là aussi, un ensemble de personnes qui vont travailler en commun et qui vont devoir faire des choix (quelles informations transmet-on ? Dans quel ordre ? Quelle est celle que l'on met en avant ? S'il existe des désaccords qui va prendre la décision finale ?).
Le "produit médiatique" doit être prêt à une heure précise. Il n'est pas question de prendre plus de temps... même si ce n'est pas terminé.

Cette contrainte matérielle est plus souple en classes-presse : cependant les délais de publication sont une contrainte à respecter !

Différentes questions peuvent être abordées à partir de l'expérience vécue au cours de l'activité :

Comment les opinions personnelles des élèves qui ont eu la responsabilité d'écrire un compte-rendu ont-elles influé sur les choix faits ?
Comment dépasser les difficultés rencontrées de façon à ne plus les retrouver ensuite ?

L'écriture journalistique en "classe-presse"

Fiche de synthèse des parcours pédagogiques

Les objectifs pédagogiques

Développer les apprentissages fondamentaux pour la maîtrise de la langue : écrire pour être lu.
Travailler les compétences du B2i
Éduquer aux médias et à la citoyenneté - ***« être éduqué aux médias et avoir conscience de leur place et de leur influence dans la société »*** - axe 6 du socle commun des connaissances et des compétences.

Objectifs de production d'articles :

tous les articles et toutes les productions visuelles sont publiés, par les classes, sur la plate-forme PHARE. Cette plate-forme sert aussi au vote des élèves pour désigner "le" meilleur article, mais aussi de base de lectures et de sélections pour le comité de rédaction qui lit et sélectionne les articles pour les suppléments encartés : reportages, interviews, échos, billets, brèves, illustrations et légendes sur la thématique de l'année.

1 - Connaître le journal

Première question à se poser : pour qui allons-nous écrire ?

Comprendre ce qu'est un journal, ce qu'est un quotidien régional, un quotidien national. Écrire des articles de presse, c'est un acte de communication qu'il faut traiter comme tel avec les élèves. Pour cela il faut commencer par faire connaître aux élèves la plate-forme des classes-presse sur laquelle sont publiés les articles. Familiariser les élèves à l'outil, mais aussi prendre connaissance de quelques-uns des articles qui retiennent leur attention.

- *A cette adresse vous trouverez les productions des élèves réalisées durant les deux dernières années :*
- *http ://classes-presse-2011.ac-rennes.fr/ (thème « les solidarités)*
- *http ://classes-presse-2012.ac-rennes.fr : (thème « les énergies »)*

De plus, faites découvrir aux élèves les journaux et les caractéristiques d'un journal départemental ou régional.

Nous vous proposons pour ce faire, de débuter par une séance de feuilletage. Feuilleter la presse pour le plaisir. Feuilleter et découvrir des journaux inconnus. Feuilleter différents quotidiens pour comparer le traitement d'une information... Le feuilletage est une bonne entrée pour susciter la curiosité des élèves et les sensibiliser à la variété des titres et de leur contenu.

Pour vous aider, consulter la fiche pédagogique Clemi : Une séance de feuilletage
http ://www.clemi.org/fr/ressources/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_id/-6

Compléter avec des comparaisons de journaux nationaux disponibles au CDI et régionaux en France (sur le site de la Presse Quotidienne Régionale, vous retrouvez tous les jours les 49 Unes de la presse quotidienne régionale). http ://unes.spqr.fr/.

Consulter la fiche CLEMI : Découvrir la presse régionale
http ://www.clemi.org/fr/ressources/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_*id /18*

Les choix du lecteur rencontrent ceux d'une rédaction attachée à un titre de presse : loin d'être un fourre-tout, le journal est organisé selon ses règles propres. Cette fiche propose la découverte, par les élèves, des éléments qui contribuent à une lecture efficace de la presse.

Pour vous aider, consulter la fiche Clemi : la circulation dans le journal
http ://www.clemi.org/fr/ressources/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_id/8

Connaître la loi de proximité dans les médias

Les journaux nationaux et régionaux n'ont pas le même nom ni les mêmes informations ni les mêmes publicités. Ces comparaisons sont instructives pour comprendre comment un média sélectionne les informations, sur quels critères de proximité et quel est son lectorat. L'ensemble de ces caractéristiques est appelé la loi de proximité des médias.Pour vous aider, consulter la fiche Clemi Bretagne : la loi de proximité dans les médias.

(fiche "classes-presse", utiliser les suppléments des "classes-presse" pour comprendre qui sont les lecteurs à qui on s'adresse)
http ://espaceeducatif.ac-rennes.fr/jahia/webdav/site/espaceeducatif3/

Vous retrouvez les "Unes" des suppléments "classes-presse" des années précédentes à l'adresse :
http ://espaceeducatif.ac-rennes.fr/jahia/Jahia/site/espaceeducatif3/pid/17181

2 - Connaître la déontologie du journaliste

La déontologie, c'est l'ensemble des droits et des devoirs d'une profession. La déontologie du journaliste découle de sa mission essentielle, qui est celle d'informer, et d'une liberté fondamentale de tout être humain, le droit à l'information, à la libre expression et à la critique.

Les devoirs essentiels du journaliste :

- respecter la vérité
- défendre la liberté de l'information, du commentaire, de la critique
- publier seulement les informations dont l'origine est connue
- respecter la vie privée des personnes
- garder le secret professionnel et ne pas divulguer la source des informations obtenues confidentiellement
- ne pas utiliser de méthode déloyale pour obtenir des informations, des photographies, des documents
- rectifier toute information publiée qui se révèle fausse
- ne pas plagier, calomnier, diffamer, accuser quelqu'un, ni recevoir une récompense pour avoir publié ou supprimé une information
- ne pas confondre son métier avec celui d'un publicitaire
- refuser toute pression.

3 - Connaître les différents types d'articles

Voir ci-après la fiche sur les genres journalistiques

4 - Choisir l'angle de son article

L'angle, c'est le point de vue que l'on adopte. Exemple : si vous partez d'un événement ou d'une actualité qui s'est passé dans votre établissement ou dans votre quartier, vous allez interroger les différents participants et montrer le regard qu'ils ont porté sur cet événement et sur cette actualité, c'est à dire multiplier les points de vue.
Choisir l'angle d'un article, c'est sélectionner les informations que vous allez retenir. Car vous ne pouvez pas tout dire sur un même sujet. Et un même sujet peut être traité selon plusieurs angles qui donneront chacun un article.

5 - Hiérarchiser les informations

Le style journalistique, contrairement au style littéraire, fait ressortir immédiatement l'essentiel. Dès le début de l'article, il faut pouvoir répondre à quatre questions :
Qui ? : faire connaître la personne dont on va parler ou que l'on a interrogée (le nom, l'âge, la situation professionnelle ou autre information en lien avec le contenu).
Quoi ? : Qu'est ce qui se passe ? De quoi va-t-on entretenir le lecteur ? Quel est le sujet de l'article ?
Quand ? Et Où ? : Le temps et le lieu sont des données fondamentales, à ne jamais oublier.

La suite des paragraphes développe en ordre décroissant d'importance la réponse aux questions : Comment ? Pourquoi ? Ou bien Pour quoi ? (ce que l'on appelle dans les pays anglo-saxons la règle des 5W : Who ? What ? When ? Where ? Why ?)

C'est une construction en pyramide inversée, en ordre décroissant d'importance. Pour mieux comprendre, vous pouvez proposer aux élèves l'étude de dépêches d'agence.

Pour vous aider, consulter la fiche pédagogique Clemi : de la dépêche à l'article
http ://www.clemi.org/fr/ressources/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_id/34

Ainsi que le site de l'actualité de l'Agence France Presse (AFP) sur voilà Actu
http ://actu.voila.fr/

La « Une » des journaux représente l'accueil et l'entrée du journal. Elle témoigne du choix d'une rédaction et de la hiérarchisation de l'information. Voici un exercice classique qui permet de synthétiser rapidement les notions de base de l'information écrite.

Consulter la fiche Clemi : la « Une des journaux »
http ://www.clemi.org/fr/ressources/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_id/10

6 - Rédiger l'article

Attention aux choix des mots (concrets, imagés, précis, vivants). Proscrire les sigles ou les expliciter. Pas de mots trop scientifiques ou en donner le sens. Utiliser un style direct, le présent, le passé composé.
Les dépêches des agences de presse représentent des outils très utiles pour travailler en classe sur cette forme particulière d'écriture journalistique, basée sur la clarté, la précision et la concision cherchant à atteindre une efficacité maximale.

Pour vous aider, consultez la fiche Clemi : écrire clair, concis, précis.
http ://www.clemi.org/fr/ressources/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_id/20

7 - soigner l'habillage du texte

C'est transformer le texte en véritable article de presse. Les articles journalistiques sont conçus en fonction de règles précises qui vont en faciliter l'écriture.

Le titre
C'est lui qui va donner envie de lire l'article. Il peut être informatif ou incitatif. Le titre informatif donne une information précise. En le lisant, on apprend quelque chose. Il répond aux questions qui et quoi.
Ex : *Expulsion des sans-papiers à Paris.*

Le titre incitatif
Son objectif n'est pas de donner l'information principale de l'article, mais son sens général, en étant suffisamment accrocheur pour inciter à la lecture.
Par exemple : *Sans toit ...ni loi.*
Comment on vous espionne ? : personnaliser pour susciter l'intérêt du lecteur.
La ruée vers l'eau : on utilise une expression courante ou le titre d'une œuvre en la détournant.

Le chapeau (ou chapô)
« Il doit coiffer l'article sans lui faire d'ombre » (Y. Agnés, *manuel du journalisme*), c'est à dire qu'il complète le titre, résume l'essentiel de l'information et donne envie de lire le reste.

L'attaque
C'est la première phrase de l'article proprement dit. C'est une phrase bien travaillée ou une citation. Elle doit être originale, brève, rythmée : c'est fait pour accrocher le lecteur.

Les intertitres
Placés à intervalle régulier (toutes les 20 ou 30 lignes), ils sont faits pour relancer le lecteur. Ce sont quelques mots le plus souvent tirés du texte et imprimés en gras.

La chute
C'est la dernière phrase de l'article souvent courte et travaillée. Elle peut ouvrir sur d'autres perspectives que celle de l'angle retenu. Elle est importante, car c'est elle qui laissera une impression au lecteur.

8 - Illustrer un article

Pour aérer une page, il est important de recourir à ce que l'on appelle les visuels : photos, infographies, tableaux, dessins, selon les cas. Attention ! Ils ne sont pas là pour faire beau, mais pour enrichir ou préciser l'article. Ils doivent contenir de l'information. (Tenir compte des recommandations faites ci-dessus, cf 2ème phase, en particulier la mention des sources). Penser à indiquer l'auteur du visuel. Une illustration comme un tableau ou une infographie doit être accompagné d'une légende. Il ne s'agit pas de décrire ce que tout le monde voit, mais de donner des informations supplémentaires et compléter le contenu de l'article.

Il faut soigner ces éléments, car ce sont eux aussi qui vont immédiatement capter l'attention du lecteur et lui donner envie ou non de lire le texte.

Ont été utilisés pour réaliser ces pages :

- le site du Clemi et plus spécialement, les fiches pédagogiques
- le site de l'AFP pour les dépêches d'agence et les photos de presse

Pour en savoir plus, consulter les ressources en ligne sur le site du Clemi Bretagne :

http ://espaceeducatif.ac-rennes.fr/jahia/Jahia/site/espaceeducatif3/pid/16106

L'écriture journalistique (fiche élève)

L'objectif du journaliste est d'être lu !

Il faut donc convaincre votre lecteur qu'il doit lire (et jusqu'au bout !) votre article. Il faut le prendre par la main, le guider tout au long de votre texte et le laisser sur une bonne impression.
Au collège ou au lycée, vous êtes habitués à écrire pour vos professeurs et il y de bonnes chances qu'ils aient lu tout votre texte avant de le noter. Mais il n'en va pas de même avec la lecture du journal. Tout le problème des journalistes est d'intéresser ses lecteurs. Vous devez donc ne plus écrire simplement pour votre famille, vos amis ou vos professeurs. Mais aussi pour tous ceux qui visitent la plate-forme des classes-presse, et ils sont nombreux !

Voici un petit résumé des méthodes de travail des journalistes pour vous aider à rédiger vos articles.

Écrire pour être publié !

Quand vous rédigez vos articles, pensez à vos futurs lecteurs. Mettez-vous dans la peau du lecteur : expliquez-lui les choses comme vous auriez vous-même besoin de les lire pour les comprendre.
Méfiez-vous : après plusieurs jours d'enquête sur un sujet, ou plusieurs semaines, vous êtes un vrai spécialiste de votre sujet. Ce n'est pas le cas de votre lecteur. Votre sujet est a priori neuf pour lui et il vous faut tout lui expliquer.

Les trois notions essentielles du journaliste :

L'angle d'un article, c'est le regard que l'on porte sur le sujet, le point de vue selon lequel on se place. Tout article doit avoir un angle et un seul. Vous ne pouvez pas tout dire dans un seul article ! Si vous avez la possibilité de traiter plusieurs angles d'une même information, faites autant d'articles différents.

Exemple : si je veux faire un article sur les énergie, je peux retenir les métiers, rencontrer un responsable d'une entreprise, sonder ma famille ... Je ne peux pas tout dire dans un seul et même article : ce serait bien trop long et au final confus et fastidieux ! Je peux donc écrire plusieurs articles : chacun de ces angles sera traité dans des papiers séparés.

Par conséquent, **écrire un article sous un certain angle, c'est faire des choix**. Toutes les informations que vous avez récoltées ne seront peut-être pas utiles pour illustrer votre angle. Il faut les abandonner. Choisir un angle, c'est sélectionner l'information.

Le message essentiel, c'est l'information, c'est à dire se demander : "Quoi de neuf ? Quoi de plus important pour mon lecteur ?" sur le sujet que je veux aborder.

Trouver le message essentiel, c'est donc sélectionner l'essentiel et écarter l'accessoire. Comment déterminer le message essentiel ? En répondant aux 6 questions de référence sur votre sujet : Qui ? Quoi ? Où ? Quand ? Comment ? Pourquoi ?

Faire un plan en journalisme, c'est hiérarchiser l'information en fonction du message.

Le message essentiel est toujours donné en tête d'article.

Hiérarchisez (classez) ensuite les informations :

- du plus important au moins important
- du plus concret au plus abstrait
- du particulier au général
- du présent au passé.

Songez également à regrouper votre information de manière à ne pas revenir en arrière. Quand vous abordez une idée, traitez-la complètement avant de passer à une autre.

Le choix des mots

Cherchez à employer des mots courts, simples (les plus usuels), précis, concrets et imagés. Il y a souvent un mot juste pour chaque situation : essayez de le trouver. Méfiez-vous des mots scientifiques et techniques. Ils ne sont pas compréhensibles par tout le monde ou expliquez-les.

Première chose à faire avant de les utiliser : les comprendre. Sinon vous ne saurez pas transmettre l'information dans toute sa précision à vos lecteurs.

Evitez d'employer trop de chiffres : choisissez les plus significatifs. Préférez un pourcentage à un chiffre brut : il permet de comparer. **Citer vos sources documentaires.**

Avant de publier votre article, faites le relire par d'autres élèves de la classe, ou par vos parents, vos ami(e)s.

Faire des phrases courtes

20 mots, c'est déjà beaucoup pour qu'un lecteur puisse mémoriser votre phrase.

Comment faire pour écrire court ?

- supprimez les redondances, répétitions, adjectifs et adverbes qui n'apportent pas d'information
- ne donnez qu'une seule information par phrase
- alternez vos phrases les plus longues avec des phrases courtes. Cela donnera du rythme à votre texte. Utilisez aussi les phrases sans verbe : elles relancent la lecture
- soyez vivants ! Ecrivez au présent, ne lésinez pas sur l'humour et l'originalité, insérez des citations, opinions, extraits d'interviews en style direct

L'habillage

Habiller un texte, c'est le transformer en un véritable article de presse et non en un devoir ou un exposé !

Donnez-lui un titre : soignez-le, c'est lui qui donnera envie de lire votre article. Percutant et court, il peut être incitatif ou informatif. Il peut être précisé ou renforcé par un sur-titre et un sous-titre.
L'habillage, c'est aussi rédiger un chapeau (chapô), dès que l'article est long (plus de 1000 signes). Un chapeau est un texte de quelques lignes entre le titre et l'article qui donne le message essentiel, mais de manière plus développée que le titre.
Titre, chapeau et articles sont autonomes. Ils doivent pouvoir se comprendre séparément. Ils contiennent chacun le message essentiel plus ou moins développé : ce sont donc les mêmes informations qui sont répétées, mais sous une forme différente.
Pensez à signer vos articles.

Illustrer

Une illustration enrichit ou précise l'article : elle doit informer.
Les schémas, tableaux doivent toujours être très clairs. Simplifiez-les au maximum. Les illustrations (photo, schéma, dessins, collages, peintures, ...) doivent toujours s'accompagner du nom de son auteur et d'une légende. Une légende ne doit pas décrire simplement ce que tout le monde voit. Elle doit donner des informations supplémentaires, compléter le contenu de l'illustration. Soignez vos légendes : ce sont aussi des entrées pour donner envie de lire le texte.
Ne prenez jamais de photos dans un espace vide, non habité : faites en sorte que des personnes soient dans cet espace si vous voulez que votre photo ait du poids.

Les genres journalistiques

Écrire pour être lu en s'intéressant aux différents genres journalistiques.

Pourquoi connaître les règles de base de l'écriture journalistique et les genres journalistiques ?

- parce que, lorsqu'on est amené à écrire des articles, la connaissance de ces règles facilite le travail : on a par exemple moins besoin de se demander comment démarrer l'article si l'on respecte la règle des 5W.Mieux vaut se demander avant qu'après avoir écrit l'article si l'on a choisi le genre le plus adapté pour traiter le thème abordé. Les articles ratés le sont plus souvent parce l'auteur s'est trompé dans le choix du genre que parce qu'il sont mal écrits.
- pour avoir un regard critique lorsqu'on lit la presse. Connaître les modes de travail des journalistes permet de juger de la qualité d'un article. Un reportage ou une enquête se juge différemment, de même qu'un billet ne doit pas être lu comme une brève, un portrait comme une interview…

Les genres journalistiques

- **L'enquête est le genre roi**

Elle part d'une hypothèse, d'une attitude, d'une révolte et se propose d'établir une démonstration grâce à un travail d'enquête approfondi. Pour mener l'enquête, la stratégie de l'escargot : les sources vont en s'élargissant, chacune vérifiant l'hypothèse émise par les sources précédentes. Une fois ma conviction acquise et les hypothèses confrontées, je fais le chemin inverse en interrogeant mes interlocuteurs sur la nouvelle hypothèse. Dans la rédaction de l'article, ne pas perdre de vue qu'on doit faire une démonstration que le lecteur doit pouvoir suivre pas à pas.

- **L'interview**

Une personne s'exprime sur un sujet. L'objet de l'interview est de révéler une information, d'expliquer/analyser un propos, de commenter une information par l'intermédiaire de l'interviewé. Il est souhaitable de savoir avant l'interview ce que l'on cherche à obtenir : une info, le commentaire sur une info, une analyse… ? Ce genre ne demande pas forcément de savoir bien écrire, mais plutôt de savoir retranscrire. Il faut pouvoir équilibrer questions ouvertes et fermées sur le sujet. Il faut réécrire un peu, hiérarchiser l'information, si possible trouver un angle. Des conseils :
- préparer l'interview. Plus on a d'infos en venant, plus on en aura en repartant- ne pas se laisser impressionner ! - ne pas se laisser embarquer par le discours de l'interviewé- préparer suffisamment de questions mais pas trop non plus. C'est sans doute bien d'en avoir 3 ou 4, puis de construire les autres au fur et à mesure de l'échange- on n'est pas obligé de retranscrire ses questions dans l'article, surtout si elles n'apportent pas d'information nouvelle en tant que telles. Mieux vaut parfois créer des intertitres avec des

phrases fortes de l'interviewé- retranscrire fidèlement les propos de l'interviewé. Il faut bien sûr rester fidèle aux propos entendus, mais aussi faire en sorte que la personne interviewée se dise "ce n'est pas très exactement ce que j'ai dit, mais c'est ce que j'aurais dit si j'avais été très bon". On peut aussi rassembler les propos dans une autre succession que celle qu'a suivie l'interview. Faut-il faire relire par la personne ? Cela dépend de ce que l'on a négocié avec elle avant l'interview.

- **Le portrait**

Le portrait peut ainsi permettre d'aborder un sujet de société. On met en œuvre les techniques du reportage pour mettre en scène le sujet. On peut partir d'une interview. C'est la personne qui est le centre de l'article. Cela demande de la rencontrer, de rencontrer aussi son entourage.

*Comment choisir entre le portrait et l'interview ?*On ne sait pas toujours comment choisir entre les deux. Les deux reposent sur la rencontre d'une personne. C'est dommage de réaliser une interview lorsque la personne est plus forte, originale et impressionnante que son propos. Le portrait est alors plus adapté.

- **Le reportage**

C'est une tranche de vie : faire voir, sentir, sans expliquer. Le lecteur va se faire lui-même un avis en lisant l'article. C'est comme si l'on débarquait avec une caméra ou un magnétophone, sauf que le stylo et le bloc-note créent une autre relation, permettent de prendre plus le temps.

- **Le compte-rendu**

Un spectacle, un évènement, une réunion.

- **La tribune**

Le journaliste donne la parole à quelqu'un de l'extérieur pour qu'il exprime une opinion, une analyse.

- **L'analyse**

Sert à décrypter l'information donnée dans un article connexe. Les lecteurs apprécient les analyses placées en marge des interviews, reportages, etc...

- **La brève**

Texte très court qui ne développe que l'essentiel sans entrer dans les détails.

- **La critique**

C'est un genre journalistique qui fait appel à du subjectif : on dit ce que l'on pense d'un livre, d'un film…

- **L'édito**

Là encore, du subjectif, qui donne la tonalité de la publication. C'est l'opinion du rédacteur en chef qui engage son journal.

- **Règles communes à tous ces genres**

Comme cela est détaillé dans l'article cité plus haut :
- les 5 W + attaque ou accroche ou hameçon psychologique (facultatif) = le lead
- ensuite, on développe avec un plan en pyramide inversée : du plus au moins importants (surtout pas de plan avec thèse - antithèse - synthèse !)
- la chute (facultatif) : dernière phrase, fermer la porte, ouvrir une fenêtre
- concevoir une titraille lisible : surtitre, titre, sous-titre, chapô (qui doit résumer), relance (normalement reprise texto du texte avec guillemets).

La titraille est créée dans un second temps : on commence par rédiger l'article, on fait la titraille après.

Pour en savoir plus

Consulter la fiche Clemi : Le B.A.BA pour écrire un article

http ://www.clemi.org/fr/ressources/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_id/90

Le portrait : un genre journalistique :

http ://www.clemi.org/fr/ressources/fichespedagogiques/bdd/page/5

5

LE THÈME
« le sport dans tous ses états »

Thème des Classes-presse 2012 / 2013
Le sport dans tous ses états

Le thème du sport dans la société permet aux élèves d'observer ses différentes pratiques et le rôle qu'il joue autour d'eux. L'occasion d'aller à la rencontre d'amateurs, de ceux dont le métier est lié à la pratique sportive, bénévoles, responsables d'associations. De découvrir des sports méconnus, oubliés, des sports nouveaux. Ce thème incite les collégiens à réfléchir à la question « Faire du sport, cela veut dire quoi pour moi, au quotidien ? ». Il s'agit d'un thème universel, adapté aux différentes situations géographiques et culturelles des élèves. Il embrasse de nombreuses thématiques : loisirs, santé, bien-être, économie, vie sociale, aventures, éthique…

Le thème se décline selon cinq rubriques :

Le sport, chez moi et dans le monde

À la maison, au collège, dans le quartier, la commune, à une échelle plus vaste, le sport se pratique de différentes manières et à tous les niveaux. Les élèves pourront identifier les lieux du sport. Les liens entre sport et santé (nutrition, hygiène de vie…) pourront être mis en évidence en interrogeant les sportifs et ceux qui étudient leurs pratiques (scientifiques, médecins…). Le rôle économique du sport à l'heure d'une société de loisirs et de la mondialisation pourra aussi être abordé (sport et vacances, vêtements, événements internationaux…). Les élèves pourront s'interroger sur les impacts environnementaux du sport : séjours liés à des patrimoines naturels ou à des installations de qualité.

Les métiers du sport

Les élèves pourront rencontrer ceux dont l'activité professionnelle est liée à la pratique sportive. Professeurs d'éducation physique et sportive, éducateurs sportifs, sportifs professionnels, entraîneurs, médecins du sport, kinésithérapeutes, diététiciens, commerçants spécialisés… Il s'agira de connaître les raisons de leur choix, de découvrir leur parcours, de comprendre leur motivation.

Sport et citoyenneté

Le sport est l'apprentissage du respect de l'autre, du respect de règles collectives qui en font une école de la citoyenneté. Sa pratique implique une dimension sociale. Comment est constitué un club ? Qui sont les bénévoles ? Une forte vie associative tourne autour du sport, animée par des personnes qui adorent parler de leur passion, du plaisir qu'ils ont à participer à la formation sportive et humaine des jeunes. Le sport permet en outre d'exprimer sa solidarité : téléthon, mucoviscidose…Il s'agira aussi d'interroger sportifs, supporters, spectateurs sur les vertus et valeurs du sport et sur les pratiques que l'on récuse (dopage, violence).

Sports et générations

Les événements sportifs sont l'occasion de partager un même élan avec des personnes d'une autre génération. On va au stade avec son père ou son grand-père. On est supporter de père en fils. On se déplace en groupe, etc. Les dimensions éducatives et sociales sont aussi fondées sur l'exemple que donnent les parents et l'entourage familial. Sport et famille sont intimement liés. Le sport favorise aussi une mixité sociale.

Sports et médias

Le sport occupe une part importante dans la programmation et les contenus rédactionnels dans les journaux, la télé, la radio, internet. La publicité s'en empare abondamment. Ce sera l'occasion pour les élèves d'analyser les représentations médiatiques du sport et de l'image du sportif (ve). Spectacle médiatique, égalité de représentations de tous les sports, parités hommes/femmes dans les représentations sportives sont des entrées d'analyses et d'écritures pour donner son point de vue et croiser des regards, des opinions.

En bref, terminer une phrase

J'aime le sport parce que…j'apprends…je ressens…

Comment se construit-on dans le sport ? Avec qui ? Sur quelles valeurs ?

Entrée en matière

En janvier 2011 IPSOS a mené une enquête auprès de 800 adolescents et adolescentes sur le thème de la réussite, sous ses différents aspects : *quels sont les modèles de réussite des adolescents, dans quelle dynamique de réussite se trouvent-ils, que veut dire réussir dans la vie à leurs yeux, quels sont d'après eux les ingrédients de la réussite ?*

- 87% des adolescents jugent que la « *réussite c'est avant tout se sentir bien sa peau* » .
- 39% considèrent que « *leur plus grande réussite est liée à l'activité sportive* », après les amis (75%), la famille (63%) et l'école (56%).

Enfin, ils consacrent en moyenne 4,30 heures par semaine à une activité sportive dans un club ou une association sportive.

Le fil conducteur de cette partie est d'interroger ce qui est vécu dans le sport par nos élèves .

Que construit le sport ? Comment je construis ma personnalité à partir de mes goûts et des influences familiales et médiatiques qui m'entourent ? Quelle relation j'entretiens entre « sport » et « image corporelle » ? , « sport » et « stéréotypes » ? « sport » et « diversité » ? « sport » et « affirmation de soi » ?

Lorsque on interroge les élèves sur le sport, ils ont très vite envie de se raconter lorsque ils pratiquent un sport qui les motive ou de raconter la personnalité sportive qu'ils admirent et à laquelle ils ou elles rêvent de ressembler. Lieu de passions individuelles , de dépassement personnel, école de l'effort, le sport est une métaphore de la vie dans son ensemble : en lui se condensent toutes les aspirations humaines qui se complètent ou s'opposent. Il est présent dans tous les domaines de la société, au collège, dans le quartier, dans la famille, dans le monde...et les médias.

Le sport met en évidence l'identité du groupe qui le pratique ou qui le regarde .Défini à la fois comme un idéal et une pratique, le sport est un phénomène ambivalent.

S'il véhicule des principes d'harmonie et d'équilibre, il est aussi un lieu d'expression privilégié des travers de notre société.

Dans cette partie les élèves vont apprendre à :

- prendre conscience de la diversité humaine dans le sport
- développer leur curiosité des expériences des autres à travers leurs rencontres et la présentation de ce qu'ils sont et font quand ils pratiquent une activité sportive
- entrer dans l'échange oral et rencontrer des acteurs « ordinaires » et mettre en valeur un parcours de vie dans lequel le sport joue un rôle important pour soi ou pour d'autres
- mettre à distance leur expérience par la lecture et l'écriture ,
- rendre compte d'une activité et la mettre à distance
- comprendre, produire, expliquer, justifier un choix d'engagement sportif

Objectifs recherchés

- aider les élèves à identifier les comportements et valeurs transmises par le sport (se construire dans le sport, par le sport et avec d'autres)
- aider les élèves à développer leur curiosité des expériences des autres (individualisme ou altérité ?)
- aider les élèves à se dire, dire le monde sportif et ses contradictions
- aider les élèves à découvrir la permanence des questions qui sont posées à l'Homme

Compétences à l'oral, en lecture et écriture

- écouter
- se raconter et analyser
- raconter et analyser
- justifier un choix, un avis, formuler une opinion personnelle
- confronter des usages et des regards
- mettre en relation, comparer différentes représentations du monde sportif
- pratiquer l'interview, le billet
- exposer son point de vue, résumer l'opinion d'autrui, reformuler

Activités d'écriture

- décrire un personnage sportif (féminin ou masculin) en lui attribuant des émotions différentes
- construire un champ lexical du sport pratiqué et rédiger un article en utilisant les termes de ce champ lexical en tenant compte de la situation de communication (réception et publication)
- produire des portraits de sportifs et sportives
- s'approprier la plate-forme spip des classes-presse en phase « brouillon » puis « publication soumise »

Supports

- journaux
- images sportives
- récits de vie
- portraits photographiques
- images et messages publicitaires
- film

Différents mais complémentaires

Le volley	Le rugby	L'aviron

Questions

- Les sportifs montrés sur chacune des images ont-ils au sein de leur équipe les mêmes rôles ? Précisez pour chacun de ces sports les différents rôles.
- En quoi ces rôles différents peuvent-ils donner lieu à des caractéristiques physiques spécifiques ?
- En quoi ces différences de rôles sont-elles sources de complémentarité ?
- Pourquoi la complémentarité est-il indispensable dans les sports collectifs ?
- Et dans la vie de tous les jours ? Dans les métiers ? Dans la famille ? Au collège ? Dans un club sportif ?

Prolongement de la réflexion....

Pourquoi une société où tout le monde pratiquerait la même activité sportive serait-elle terrifiante ?

Dans le sport, comme dans la société, dans le collège, dans la famille, peut-on se construire sans les autres ?

Recherche et affirmation de soi : qui je suis lorsque je fais du sport ?

Objectifs recherchés :

- lire différents types de discours
- dépasser des préjugés et développer un raisonnement critique
- relire et réécrire pour progresser et mener un projet d'écriture journalistique à son terme
- dialoguer et interviewer en tenant compte de son interlocuteur
- analyser et expliquer des textes journalistiques

Pour lancer la réflexion...et mettre à distance sa propre expérience ou son regard

Ces entrées peuvent servir de billets ou de questions pour mener une interview et croiser des regards.

- Pourquoi êtes-vous fasciné par le sport ?
- Comment prenez-vous conscience de la présence des autres dans votre pratique sportive ?
- Quels besoins ou envies voulez-vous satisfaire ?
- Comment avez-vous trouvé votre place dans le sport ?
- Qui vous a aidés ?
- Quelles étaient vos peurs ?
- Qu'avez-vous fait pour vous intégrer ?
- Quels sentiments ont vos parents ou grand-parents ou grand frère-grande soeur sur le sport que vous pratiquez ?
- Quelle est aujourd'hui votre plus grand espoir ?

Questions Donner son point de vue

- Quelle est votre principale motivation dans le sport que vous pratiquez ?
- Quelles sont vos convictions dans la vie de tous les jours ? Et dans le sport ?

Journal en main

Les différentes manières de rapporter un discours

Activité de lecture, journal en main

- repérer dans le journal des passages où le journaliste rapporte des paroles de quelqu'un d'autre.
- pour chacun des textes, qui sont les locuteurs ?
- pour quels textes peut-on parler de reformulation, de discours direct, de citation de la parole d'autrui ?

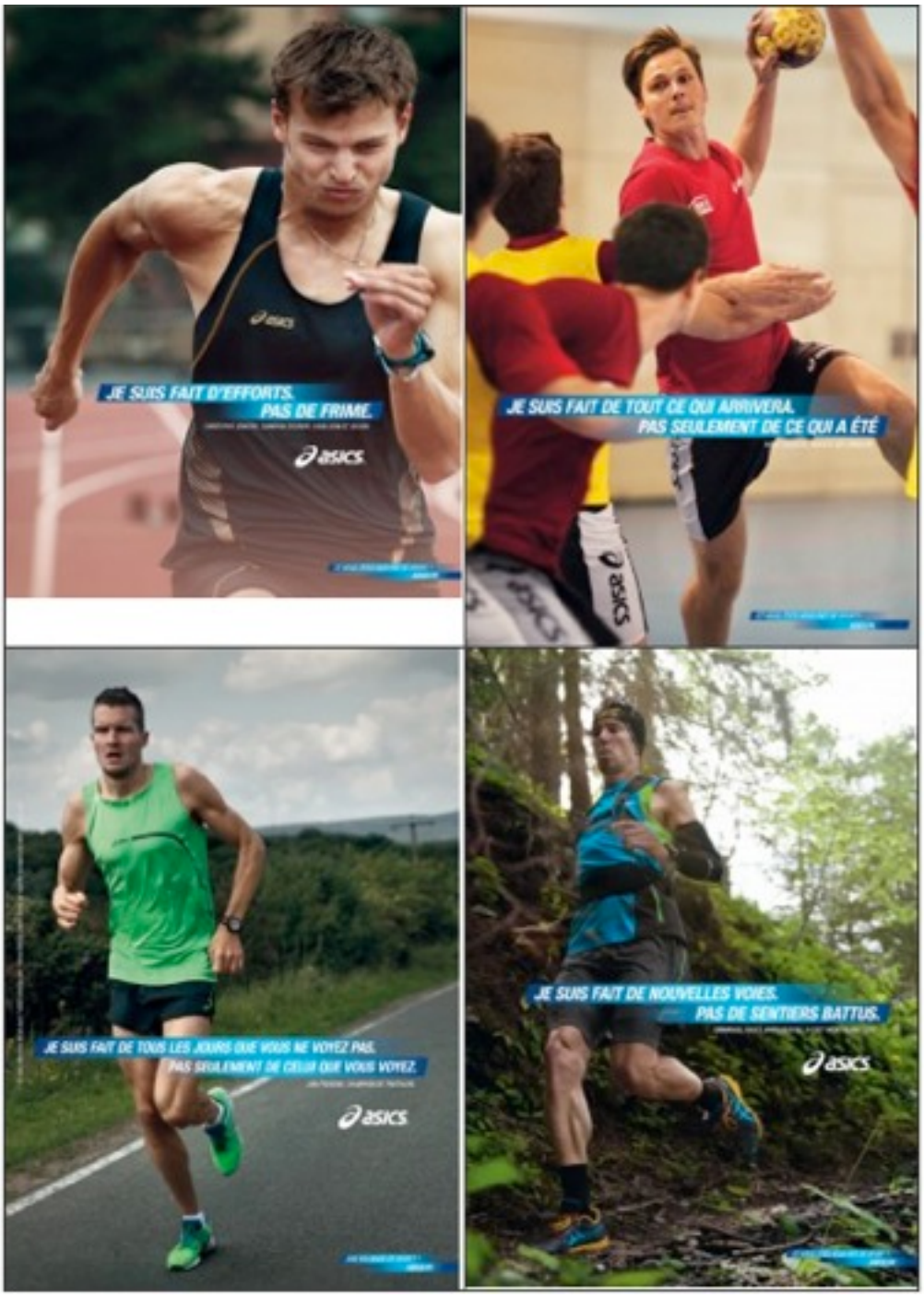
Pour prolonger la réflexion...

Support : campagne publicitaire 2012 (presse écrite, Internet, télévision) « ***made of sport*** » de Asics, marque de référence en matière de sport performance .

Signées Ben Ingham, les photos de la campagne presse montrent des phases d'entraînement de handball, tennis, course sur route ou encore sprint pratiqué par des athlètes amateurs et professionnels.

Activité de lecture et d'écriture

- Analyser ces affiches et mettre à distance sa propre représentation du sport


JE SUIS FAIT D'EFFORTS.
PAS DE FRIME.
asics
JE SUIS FAIT DE TOUT CE QUI ARRIVERA.
PAS SEULEMENT DE CE QUI A ÉTÉ
JE SUIS FAIT DE TOUS LES JOURS QUE VOUS NE VOYEZ PAS.
PAS SEULEMENT DE CELUI QUE VOUS VOYEZ.
JE SUIS FAIT DE NOUVELLES VOIES.
PAS DE SENTIERS BATTUS.

- Débattre
- Forger son opinion personnelle et l'exprimer à l'oral et à l'écrit.

« ***Are You Made of Sport ?*** » (et vous, êtes-vous faits de sport ?) est la base de chaque publicité, invitant les spectateurs à se demander ce qui fait réellement d'eux des sportifs.

- le travail acharné ?
- l'entraînement intensif ?
- la recherche de la gloire ?
- le goût de la compétition ?
- le dépassement de soi ?
- le goût du challenge ?
- ...

Et pour vous ?

Campagne TV

Une voix off illustre le spot TV :

« Je suis fait de confiance, pas de limites » (Simon Weatcroft, coureur non -voyant)

« Je suis fait d'efforts, pas de frime » (Christophe Lemaître champion d'Europe du 100m.

« Je suis fait de nouvelles voies, pas de sentiers battus »

« Je suis fait de tous les jours que vous ne voyez pas, pas seulement de celui que vous voyez » (championne américaine du saut de haie Lolo Jones)

« Je suis fait de tout ce qui arrivera, pas seulement de ce qui a été »,

« Je suis fait de sport… »

L'autoportrait- le portrait sportif

On est perçu par l'image que l'on donne de soi-même. Réaliser son autoportrait est une construction plus ou moins sincère. ***Mais dans le sport, peut-on tricher à soi-même ? Et aux autres ?***

Activité de lecture et d'écriture

Lecture des affiches de la campagne Asics

Ressentir

- quelle impression vous donnent ces portraits sportifs sur leur état d'esprit, sur leurs sentiments ?

Observez

- Constatez l'intensité des regards, le fond, les couleurs. Que visent-ils à produire comme effet ?

Analyser

- Commentez le cadrage de chacune de ses photos. Vise-t-il le même but ?

Pratiquer Deux activités d'écriture.

- 1. Réalisez votre autoportrait sportif en vous photographiant . Veillez à vous mettre en scène (cadrage, position, objets, accessoires fond) comme pour mieux vous « raconter », mieux affirmez ce que vous êtes vraiment, ou ce que vous voudriez être. N'oubliez pas de titrer, signer et de dater votre production. Légendez votre portrait en reprenant à votre tour « ***Dans le sport je suis fait de... »***
- 2. Faites le portrait d'un personnage sportif de votre entourage que vous admirez . Veillez à le mettre en scène (cadrage, position, objets, accessoires fond) comme pour mieux le « raconter », mieux affirmez ce qu'il ou elle est vraiment, ou ce qu'il ou elle voudrez être. N'oubliez pas de titrer, signer et de dater votre production. Légendez votre portrait en reprenant à votre tour « ***Dans le sport X est fait de... »***

Activité d'écriture

1. Faites la liste de dix choses que vous aimeriez faire

- deux choses banales
- deux choses en rapport avec les sports
- deux choses à apprendre
- deux choses en rapport avec votre famille
- deux choses impossibles, rêvées

Échangez et confrontez. En quoi se raconter aide-t-il à se comprendre ? À s'affirmer ? À se construire ?

2. Créer un slogan pour une personnalité sportive ou un personnage sportif de votre entourage que vous admirez

Étape 1 Choisir

choisissez un personnage sportif que vous connaissez ou une personnalité sportive qui correspond bien selon vous à une de vos convictions fortes sur le sport

Étape 2 Travail d'écriture

Réalisez une publicité pour le personnage sportif ou la personnalité choisie

rédigez un slogan pour vanter les mérites ou les qualités de votre personnalité sportive dans un paragraphe vous expliquerez le choix du slogan

Étape 3 Relecture et finalisation

a Relisez votre travail :

Est-il organisé avec logique ? (choix du personnage ou de la personnalité, ce qui le ou la caractérise, ce que le slogan dit de lui ou d'elle, pourquoi ce slogan reflète bien l'image que vous vous faites de ce personnage ou de cette personnalité sportive ?)

Votre slogan est-il clair ? Concis ? Marquant ?

Vos explications sont-elles précises ?

b Finalisez votre production écrite.

A l'aide de l'outil informatique, saisissez votre texte.

Présentez- le en paragraphes.

Utilisez une police et une mise en pages attractives.

Insérer le visuel que vous avez choisi.

Signez votre texte

Soumettez votre texte à la lecture et à la publication en ligne

- *Montrez qu'en parlant de leurs héros ou héroïnes sportifs et sportives, les élèves se décrivent encore plus qu'eux-mêmes.*
- *Mettez en évidence les tensions et les contradictions représentées par le monde du sport :*
    - *le sport, expression d'un idéal ? Lequel ?*
    - *le sport, passion individuelle ? dépassement ? Au prix de quels efforts ou de quels sacrifices ?*
    - *le sport, accomplissement de soi ? recherche de performances ? Défoulement ? Quelles sont les limites à ne pas dépasser ?*

S'insérer dans le groupe et prendre sa place dans les débats contemporains.

Responsabilité individuelle et collective,représentation, valorisation et dévalorisation du monde sportif.

Les élèves vont apprendre à :

- effectuer une recherche et confronter des informations
- produire un écrit en tenant compte du destinataire et du discours attendu.

Entrée en matière

Pour lancer la réflexion....lectures de photos de presse (AFP)

Médaille d'argent JO Londres équipe de basket féminine (AFP)

Une équipe de rugby juste avant le coup d'envoi

- Décrivez ces 2 photos : qu'est ce qui fait, à partir d'un ensemble de personnes, « un groupe », « une équipe »
- Comment est représentée cette idée ?
- Quel(s) message(s) les photographes ont-ils voulu transmettre ?

Parcourez le journal Ecrire sur l'esprit d'équipe dans un sport, un club ou une association.

1. ***Sélectionner tous les titres qui mettent en avant un esprit d'équipe***. Dans quelles rubriques figurent-ils ? Quels faits illustrent-ils ? Mettez en commun vos recherches : quelle conclusion en tirez-vous ?
2. ***Sélectionner deux visuels (photo de presse,publicités,ou dessin de presse)*** . L'un doit représenter l'esprit d'équipe. L'autre son contraire. Expliquez en quelques phrases votre choix. Mettez en commun et confrontez vos analyses.
3. **Argumentez**

   Étape 1 Description et analyse.

   Donnez le nom du journal, la date, la rubrique et la page où sont insérés ces deux visuels. Indiquez de quel genre il s'agit : photo de presse ? Publicité ? Dessin de presse ? Décrivez très précisément les deux visuels que vous avez choisis. Mettez en évidence leurs différences (rôles du ou des personnages, situations, attitudes, format, couleur).

   Étape 2. Ecriture argumentée.

   Examinez de façon approfondie chacune des deux situations présentées dans vos deux visuels. Interrogez-vous sur les évolutions possibles : laquelle des deux situations répond-elle le mieux au besoin d'un groupe ? Laquelle répond le mieux à ses intérêts ?

   Étape 3. **Notez vos idées sous la forme de mots-clés.**

   Interrogez-vous sur les contraintes qui vous sont imposées, notamment :

   -répondre à une question : je justifie mon point de vue au moyen d'arguments, en exposant et en distinguant chacun d'eux de façon claire,

   -argumentée de façon raisonnée : je pense également aux contre-arguments que l'on pourrait soulever contre votre point de vue, et vous les incluez à votre réponse, en répondant à chacun d'eux.

   -s'inspirer de vos connaissances et usages d'une pratique sportive : quels exemples d'esprit d'équipe ou de contre exemple, connaissez-vous ? Comment pouvez-vous vous en servir dans votre argumentation ?

   Étape 4 Relecture et finalisation

   a Relisez votre travail.

- Votre texte est-il conforme aux éléments demandés ?
- Avez-vous été clair et précis dans votre vocabulaire, dans vos arguments ?
- Votre argumentation laisse-t-elle transparaître des contre arguments ?
- Avez-vous pris finalement position ?
- Utilisez le traitement de texte, choisissez votre typographie, saisissez votre texte, insérer des inter-titres, puis un titre ainsi que les visuels choisis. Relisez -vous et corrigez l'orthographe puis signez.
- Finalisation de votre production écrite et proposition à la publication.

Engager sa responsabilité dans le monde du sport

Entrée en matière

Un club, une association sportive, un match, une compétition, une rencontre sportive peuvent-ils se passer de règles ?

Activités lecture-écriture

- Observez ces photos de presse et identifiez les règles qui sont imposées dans chacune

- Dans quel but ont-elles été mises en place ?
- Quelles techniques voient le jour pour trouver des soltuions à des conflits dans le sport ?
- Débattez.

Responsabilité collective et individuelle dans le sport

Pour lancer la réflexion...

Voici trois règlements sportifs .

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE RUGBY
LE RUGBY C'EST ÇA!
FFR
PASSER
PLAQUER
MARQUER
BOTTER
POUSSER
COURIR
RESPECTER
SUPPORTER
PERDRE
GAGNER
JOUER

Réglement Intérieur
Ecole de Foot

Saison 2011-2012

Enfants,

- Jours d'entrainement :

	Date et heure	Educateurs
U6, U7, U8 ET U9 01.01.03 au 31.12.06	Les Mardis de 18h00 à 19h00	Mrs. SOMMÉ A, FLEURY J, GOUDEFROY T, MAHIEUX E, FLEURY L ET CLEMENT E.
U10 ET U11 01.01.01 au 31.12.02	Les Lundi/Jeudi de 17h45 à 19h15	Mrs. LEGRAND D, DUCHENE J,DUCHENE V ET Mrs. CHOTIN
U12 ET U13 01.01.99 au 31.12.00	Les Mercredi/vendredi17h45 à 19h30	Mrs. LAMBOT E, SUMIEN B, DELVAS J et LEJEUNE C
Entrainement de gardien Toutes catégories	Les Mercredis a 17h30 à 18h30	Mrs. JONNEAUX B

- Les entrainements débutent à l'heure fixée, **les joueurs doivent respecter cet horaire en tenue sur le terrain**.
- Les vestiaires seront donc ouverts quinze minutes avant la séance et fermés durant l'entrainement.
- Les joueurs sont priés de se rhabiller dans un délai de trente minutes après l'entrainement.
- Toute absence doit être motivée et justifiée.
- Les joueurs sont priés de prendre soin du matériel et des locaux mis à leur disposition.
- Il est absolument **interdit de nettoyer ses chaussures dans les douches et lavabos**.
- La douche est recommandée et une tenue de rechange est à prévoir.
- La tenue doit être adaptée aux conditions météo avec **port de protège-tibia obligatoire.**
- Laisser montre, chaîne, objets personnels de valeur … à la maison (nous déclinons toute responsabilité en cas de vol).
- Match du samedi : prévoir short noir uni et chaussettes noir, fourni par le club.
- Ne pas mettre l'équipement du samedi, les jours d'entraînements.

Parents,

- Il est absolument interdit de pénétrer en voiture dans l'enceinte du stade.
- Il est absolument **interdit de pénétrer dans les vestiaires** (sauf pour les parents de débutants), les parents sont tenus de rester derrière la main courante durant les entraînements et les matchs.
- Merci de **prévenir** le responsable de sa section en cas d'absence ou le responsable de l'école de football en cas d'indisponibilité tardive et inattendue.
- La convocation pour le match du samedi sera donnée à l'issue de l'entraînement.
- La convocation des équipes, les entraînements relèvent de la compétence uniquement des éducateurs.
- Il est demandé aux parents de supporter leur club, leur équipe dans le pur esprit sportif et ainsi aider les éducateurs dans leur mission éducative et sportive.
- Allez le voir jouer, soutenir son équipe, mais **laissez son entraîneur le diriger ainsi que son équipe**.
- Entretenez sa motivation en parlant avec lui le plus positivement possible de ses éducateurs, de ses camarades, de son match, des ses progrès, **sachez l'encourager**.
- Afin de ne pas perturber le déroulement des séances, tout entretien avec les éducateurs se fera **après l'entraînement**.

Dans l'intérêt de tous,

Merci de votre compréhension et à bientôt sur le stade d'Aulnois.

Le Responsable Ecole de Foot
Christophe JACQUET

Responsable Ecole de Foot :
M. Christophe JACQUET
41, rue Alain de Thoré - 02000 Aulnois/Laon - Tél. 06.24.55.49.43
Stade d'Aulnois : 03.23.22.82.80
http://monclub.fr/usaulnois
Courriel : usaulnois@gmail.com

Lisez-les et analysez -les :

- *quelles sont les mises en garde ou interdits présents dans chacun des documents ? A qui s'adressent-ils ?*
- *en quoi engage-t-on sa responsabilité en ne respectant pas ses recommandations ou ces règlements ?*
- *quelles peuvent être les conséquences ?*
- *dans le sport que vous pratiquez, quels sont les risques pour vous et les autres ? A quels moments engagez votre responsabilité ?*

Confrontez et débattez.

Activité de lecture écriture

Sujet Dans quel cas engage-t-on sa responsabilité dans le sport ?

Démarche

Étape 1 . S'informer

Collecter le règlement de votre club ou association sportive

- classez les situations selon qu'elles relèvent :
- de la responsabilité personnelle
- de la responsabilité collective d'un groupe ou d'un club
- Dans quels cas engagez-vous la responsabilité des parents ?
- Quelles peuvent être les conséquences ? Pour vous ? Pour les autres ? Pour l'image du sport ? Que deviennent alors vos aspirations et vos convictions personnelles ?

Étape 2

Complétez par une réflexion personnelle

Trouvez des situations de la vie sportive de votre club ou association sportive qui ont engagé votre responsabilité, celle de vos éducateurs, entraîneurs et parents. Illustrez ces situations (photos, dessins, collages)

Étape 3

Mettez en forme votre recherche, utilisez la plateforme spip, saisissez votre texte, mettez un titre, et des intertitres si besoins, insérer votre ou vos visuels légendés, signez. Proposez « à la publication ».

Prolonger votre recherche

Réaliser des interviews (*voir fiche interview vies sportives et professionnels)*

- Puisez dans votre entourage sportif (frères, sœurs, parents, grands-parents, oncles, tantes, entraîneurs, enseignants d'EPS, ENSS, arbitres, supporters, joueurs...).
- Préparez à l'écrit deux ou 3 questions qui vont vous permettre de recueillir leurs points de vue et expériences sur la question : « *quand et comment avez-vous engagez votre responsabilité dans le club ou le sport ? Pour défendre quelle idée du sport ?* »
- Rencontrez ces personnes, dialoguer et si besoin besoin faites préciser leurs réponses (où, quand, qui) , prenez deux ou trois photos de cet entretien.
- Sélectionnez vos informations (*« quelle est la réponse qui m'a le plus surpris ou surprise ?* ») et votre photo que vous légenderez. (qui, où, quand, pourquoi, et les idées fortes de contenu) Rédigez votre chapeau (qui ? Ou ? Quand ? Pourquoi ?). Structurer le contenu de votre interview en gardant le fil conducteur.
- finalisez sur la plateforme des classes-presse, relisez-vous et faites relire par d'autres de façon à supprimer les obstacles à la compréhension, reformuler si nécessaire ou préciser; insérez un titre, un chapeau et une photo de la personne interviewée. Signez. Proposez à la publication.

Autre piste pour lancer la réflexion...les vêtements et la tenue sportive

- En quoi les vêtements ou tenues vestimentaires nous permettent-elles de nous intégrer dans un groupe, une communauté ?
- Dans quel cas une tenue vestimentaire nous marginalise-t-elle ?
- Quelle tenue portez-vous pour pratiquer votre sport ?
- Pourquoi est-elle semblable ? Quel est le but recherché ?
- Confrontez votre point de vue avec les autres élèves.

Fiche élève en classes-presse Interviews vies sportives et professionnelles

Écritures journalistiques

Rédiger une interview

Sujet « histoire(s) de vie(s) professionnelle(s)

Histoires de vies sportives »

Choisir une personne qui n'a pas souvent l'occasion de s'exprimer. Préparer et conduire l'interview.

Dans un texte écrit, présenter cette personne et rédiger son interview.

De quoi s'agit-il ?

L'interview est un genre journalistique de longue tradition qui rend compte d'un entretien entre un journaliste (intervieweur) et un spécialiste ou une personne qui présente un intérêt particulier dans un domaine (interviewé).

interview *: genre journalistique consistant à faire parler une personne "experte" sur un problème ou une question dans le but de communiquer des informations à un public présent physiquement ou non.*

Contrairement à une conversation ordinaire, l'interview présente un caractère structuré et formel dont le but est de satisfaire les attentes du destinataire.

Interviewer quelqu'un, c'est avant tout le rencontrer, lui poser des questions, et surtout l'écouter y répondre.
C'est ensuite rendre compte de cet entretien. Non seulement résumer l'entretien mais donner l'illusion que cet entretien se produit au moment même de la lecture.

Une interview est un texte inséré dans un ensemble plus vaste.

- D'abord la présentation de l'interrogé (mise en situation, description sommaire de la personne, portrait, valorisation, ambiance...) ici cela se joue entre l'auteur et son lecteur.
- Ensuite on rapporte la conversation entre l'auteur et son invité. Le lecteur est ici comme inexistant
- Pour finir la prise de congé, la clôture de l'entretien peut se prolonger par une clôture destinée de nouveau au lecteur.

Écriture

Ce genre ne demande pas forcément de savoir bien écrire mais plutôt de savoir retranscrire. Il faut pouvoir équilibrer questions ouvertes et fermées sur le sujet. Il faut réecrire un peu, hiérarchiser l'information, si possible trouver un angle (fil rouge de vos questions/ réponses).

Des erreurs à éviter :

- ne pas préparer l'interview : plus vous avez d'informations en arrivant, plus vous en aurez en repartant.
- ne pas se laisser impressionner mais prendre au sérieux la personne qui vous accorde du temps
- ne pas se laisser embarquer par le discours de la personne que vous rencontrez (fil rouge de vos questions à avoir bien en tête)
- préparer trop peu ou trop de questions : en avoir 3 ou 4 pour construire ensuite les autres au fur et à mesure de l'échange.

- vous n'êtes pas obligé de retranscrire les questions dans votre article surtout si elles n'apportent pas d'informations nouvelles en tant que telles. Mieux vaut parfois créer des intertitres avec des phrases ou expressions fortes de l'interviewé.
- ne pas retranscrire fidélement les propos de la personne rencontrée. Il faut bien sûr rester fidèle aux propos entendus, mais aussi faire en sorte que cette personne se dise « *ce n'est pas exactement ce que j'ai dit, mais c'est ce que j'aurais dit si j'avais été très bon* ». On peut aussi rassembler les propos dans une autre succession que celle qu'a suivie l'interview.

Faut-il faire relire par la personne ? Cela dépend de ce que vous avez convenu avec elle avant l'interview.

Prolongements

Le portrait

C'est une façon de donner un supplément d'âme à une information. Le portrait peut ainsi permettre d'aborder un sujet de société. On met en oeuvre des techniques du reportage pour mettre en scène le sujet. C'est cette personne , son vécu, ses motivations, ses questions, qui est au centre de l'article.

Comment choisir entre l'interview et le reportage ?

On ne sait pas toujours comment choisir entre les deux. Les deux genres reposent sur la rencontre d'une personne. C'est dommage de ne réaliser qu'une interview lorsque la personne est plus forte, originale, impressionnante que son propos. Le portrait est alors plus adapté.

Le reportage

C'est une tranche de vie : faire voir, sentir, sans expliquer. Le lecteur va se faire lui-même un avis en lisant l'article. C'est comme si l'on débarquait avec une caméra, sauf que le stylo et le bloc note créent une autre relation et permettent de prendre plus de temps.

Les photos

Prenez des photos qui retracent à la fois des moments de cette rencontre et des situations et gestes professionnels expressifs

Toutes les photos doivent être légendées.

- ne pas préparer l'interview : plus vous avez d'informations en arrivant, plus vous en aurez en repartant.
- ne pas se laisser impressionner mais prendre au sérieux la personne qui vous accorde du temps
- ne pas se laisser embarquer par le discours de la personne que vous rencontrez (fil rouge de vos questions à avoir bien en tête)

- préparer trop peu ou trop de questions : en avoir 3 ou 4 pour construire ensuite les autres au fur et à mesure de l'échange.
- vous n'êtes pas obligé de retranscrire les questions dans votre article surtout si elles n'apportent pas d'informations nouvelles en tant que telles. Mieux vaut parfois créer des intertitres avec des phrases ou expressions fortes de l'interviewé.
- ne pas retranscrire fidélement les propos de la personne rencontrée. Il faut bien sûr rester fidèle aux propos entendus, mais aussi faire en sorte que cette personne se dise « *ce n'est pas exactement ce que j'ai dit, mais c'est ce que j'aurais dit si j'avais été très bon* ». On peut aussi rassembler les propos dans une autre succession que celle qu'a suivie l'interview.

Faut-il faire relire par la personne ? Cela dépend de ce que vous avez convenu avec elle avant l'interview.

Prolongements

Le portrait

C'est une façon de donner un supplément d'âme à une information. Le portrait peut ainsi permettre d'aborder un sujet de société. On met en oeuvre des techniques du reportage pour mettre en scène le sujet. C'est cette personne , son vécu, ses motivations, ses questions, qui est au centre de l'article.

Comment choisir entre l'interview et le reportage ?

On ne sait pas toujours comment choisir entre les deux. Les deux genres reposent sur la rencontre d'une personne. C'est dommage de ne réaliser qu'une interview lorsque la personne est plus forte, originale, impressionnante que son propos. Le portrait est alors plus adapté.

Le reportage

C'est une tranche de vie : faire voir, sentir, sans expliquer. Le lecteur va se faire lui-même un avis en lisant l'article. C'est comme si l'on débarquait avec une caméra, sauf que le stylo et le bloc note créent une autre relation et permettent de prendre plus de temps.

Les photos

Prenez des photos qui retracent à la fois des moments de cette rencontre et des situations et gestes professionnels expressifs

Toutes les photos doivent être légendées.

Fiche signalétique

lire **écouter** parler **écrire** *temps estimé nécessaire : 3 heures*	
auteur / énonciateur	apparaît sous la forme du questionneur, proche du lecteur
destinataire / énonciataire	censé tout ignorer de la personne interrogée.
énonciation	discursive
contenu	informations sur une personne opinions personnelles et témoignages de la personne interrogée sur son métier, ses occupations mais aussi sa vision du monde, ses valeurs, ses espoirs, ses craintes...
type / genre	texte dialogué / interview
langue et textualisation	langage oral adapté pour l'écrit (le rédacteur corrige les éventuelles erreurs de l'interviewé)
support / paratexte	une présentation typographique particulière signale les questions, une photo de la personne interrogée peut enrichir le portrait initial
précaution utile	Trouver un fil conducteur commun à toutes les ITW (métiers, sport, parents, loisirs...)
difficultés prévisibles	prise de notes, adaptation des questions préparées à ce qui a déjà été dit,
prérequis	courtoisie, gérer un entretien, prendre rendez-vous, récrire l'oral spontané

matériel nécessaire et organisation en classe .	un magnétophone est bien utile mais pas indispensable; 1. Avant : Par groupe, répartir les rôles: -celui ou celle qui pose les questions (cf les 5 W: qui? Où? Quand? Quoi? Pour quelles raisons?) -celui ou celle qui prend en notes les infos -celui ou celle qui écoute. -celui ou celle qui prend en photos. 2. Après en classe: Par groupes donner la parole en premier à celui ou celle qui avait pour rôle d'écouter et poser la question suivante: « Quelle est l'info qui a retenu ton attention? » Puis « Quels sont les 3 mots ou adjectifs qui te viennent en tête pour décrire cette rencontre? » Organiser la sélection des infos et l'interview autour de ces réponses.

S'insérer dans la cité

Le sport reflète et met à jour des tensions de la société et du monde. Loin d'être un microcosme à part de la société, il est porteur des questions qui se posent à tout citoyen et à toute société.

Le sport pour le plaisir, la recherche de performance, la compétition, le stress d'être différent des autres, de ne pas réussir, d'être rejeté(e) , comment trouve-t-on sa place ? Sur quelles valeurs ?

Peut-on se taire face à des actes de discriminations ? Dans ce domaine, comme tant d'autres, parce que nous sommes très souvent consommateurs avant d'être citoyens, « *le sport dans tous ses états* », permet une démarche citoyenne à faire découvrir avec nos élèves et nos partenaires en classes-presse.

Les élèves en classes-presse vont apprendre à :

- ☒ *prendre en compte la diversité des réponses*
- ☒ *comprendre les enjeux et les relations qui lient sport et société*
- ☒ *prendre leur place dans des débats contemporains*
- ☒ *découvrir « l'autre » et confronter des valeurs*

Compétences à l'oral

- ☒ *rendre compte d'un événement de l'actualité sportive*
- ☒ *participer à un débat d'opinion*
- ☒ *analyser un débat contradictoire*
- ☒ *faire la synthèse d'un débat*

Compétences lecture et écriture

- ☒ *faire une revue de presse*
- ☒ *lire l'image de presse, la caricature*
- ☒ *lire écrire des textes argumentatifs et des critiques*
- ☒ *s'interroger sur des choix de société et y prendre leur place*
- ☒ *rencontrer des acteurs du monde sportif qui défendent des valeurs citoyennes*
- ☒ *mettre à distance sa propre expérience et sa propre opinion par l'ouverture aux autres*

Entrée en matière

Décrire et comprendre une analyse du monde sportif à travers des films

Activité de lecture et d'écriture

- *Pensez-vous qu'un club, une association ou une fédération sportive est responsable vis-à-vis de la société et des citoyens qu'ils encadrent et forment ?*
- *Interrogez aussi d'autres élèves, vos parents, vos professeurs, vos éducateurs sportifs, vos entraineurs, des supporters.*

Le sport, un idéal pour l'Homme et la société ?

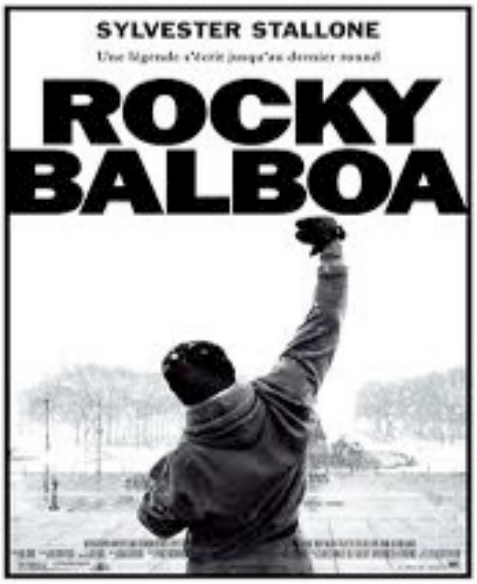
Invictus

Réalisé par Clint Eastwood en 2009, le film Invictus mêle sport et politique en combinant un souvenir de la Coupe du monde de rugby à XV, en 1995, en Afrique du Sud, et la recoonstitution des débuts de la présidence de Nelson Mandela. « Une équipe, un pays », proclame Mendela qui voit dans l'évènement sportif la possibilité de créer un sentiment d'union nationale, de souder un pays derrière l'équipe blanche sud-africaine, les Springboks.

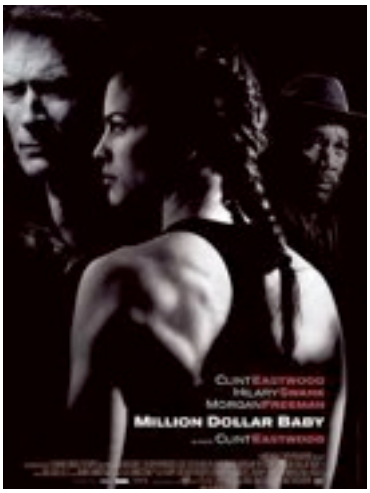
P***assions individuelles et dépassement.***

Rocky Balboa

Réalisé par John G. Avildsen en 1976, sur un scénario de Sylvester Stallone, également interprète du rôle titre. Lors de son entraînement matinal, le héros fait face à Philadelphie et à son destin



Détermination, passion individuelle,rêve d'une vie, dépassement de soi, sacrifices, tricheries, lorsque la boxe se décline au féminin...



Sorti en 2004 au cinéma, réalisé par **Clint Eastwood Million dollar Baby** …

Le jour où Maggie Fitzgerald, 31 ans, pousse la porte de son gymnase à la recherche d'un coach, elle n'amène pas seulement avec elle sa jeunesse et sa force, mais aussi une histoire jalonnée d'épreuves et une exigence, vitale et urgente : monter sur le ring. Maggie et l'entraîneur se

découvrent une communauté d'esprit et une complicité inattendues...

Isolement social, réconciliation avec la vie et ses dures réalités... Lorsque des personnalités sportives deviennent des héros en chair et en os...

Sortie en 2009, réalisé par Eric Bishop, postier à Manchester, traverse une mauvaise passe.Sous son nez, ses deux beaux fils excellent dans des petits trafics en tous genres, sa fille lui reproche de ne pas être à la hauteur et sa vie sentimentale est un désert.Malgré la joyeuse amitié et la bonne humeur de ses collègues postiers qui font tout pour lui redonner le sourire, rien n'y fait...Un soir, Eric s'adresse à son idole qui, du poster sur le mur de sa chambre semble l'observer d'un oeil malicieux. Que ferait à sa place le plus grand joueur de Manchester United ? Eric en est persuadé, le King Cantona peut l'aider à reprendre sa vie en mains.

Globalisation, mondialisation... le monde moderne résonne de mots nouveaux qui riment avec les profondes mutations de la société.

To be or not rubgy ?

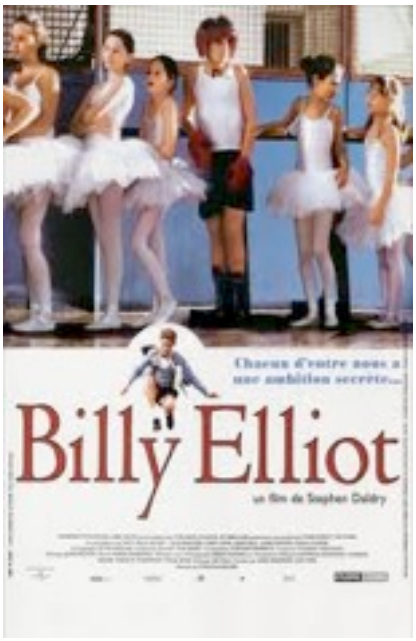
Documentaire sorti en 2007 par Jean-Marie Barrere, production Beau comme une image, avec France 3 Aquitaine.

Le Rugby peut-il échapper à ces transformations Les métamorphoses de l'ovalie, to be or not rugby

Une enquête sur le rugby d'aujourd'hui

Affirmation de ses goûts, de sa personnalité, dialogue familial, confiance et énergie

Nous sommes en 1984. Les mines du nord de l'Angleterre ferment les unes après les autres, condamnant au chômage des milliers de gueules noires. C'est le cas de M. Elliot et de son fils,Tony, qui font la grève et conspuent chaque jour les mineurs qui viennent travailler sous protection policière. Peu préoccupé par le combat désespéré que mènent son père et son frère contre la politique d'austérité du premier ministre Margaret Thatcher, Billy, 11 ans, pratique la boxe sans conviction. Il découvre un jour qu'un cours de danse partage désormais les locaux de son club. Fasciné par la gestuelle des apprenties ballerines, Billy raccroche bientôt ses gants pour suivre en cachette les leçons de Mme Wilkinson...
Mais le père de Billy et son grand frère Tony, tous deux mineurs (et en grève), se battent quotidiennement pour assurer le minimum à leur famille.



Le film Billy Eliott (2001) fait ressortir le cheminement de l'enfant devenant adulte : rupture, travail, création…

...Billy Elliott nous parle de l'autorisation comme manière de répondre à l'incertitude, et comment jeunes et adultes s'y retrouvent ensemble. Les personnages du film s'autorisent, ils décident de changer, de réécrire le scénario de leur vie, autant le jeune Billy que les adultes (le père, la professeur de danse), et cette rencontre produit une qualité des relations renouvelée. Sorti en 2001, réalisé par Stven Daldyy .

L'exclusion dans le sport

Entrée en matière...

- *Pourquoi le sport peut-il être un lieu où l'on est fragilisé ? Rejeté ?*
- *Qu'est ce qui dans vos activités sportives, vous a mis mal à l'aise ?*
- *Quels gestes ou quelles paroles, dans votre environnement sportif, vous a un jour mis à l'aise ? Comment avez-vous réagi ? Qu'en pensez-vous aujourd'hui ?*

Activité d'écriture

Écrire, raconter, interviewer

- ***Faites parler un personnage de votre entourage qui s'est un jour senti(e) exclu(e) d'une***

  équipe, d'un sport ou du sport en général.(Quand ? Où ? Qui ? Quels sont les actes ou les gestes posés par les autres ? Quel(s) sentiment(s) sur le moment ? Et aujourd'hui quel est le message qu'elle ou qu'il souhaiterait adresser au monde sportif ?

- Mettez en commun vos interviewes et confrontez vos expériences et opinions.
- Expliquez pourquoi vous approuvez ou désapprouvez.
- Expliquez pourquoi sentiment de malaise dans le sport est difficile à exprimer .
- Dans quelle (s) situation(s) devons-nous réagir ?

Langues

connaître les valeurs de « on »...pour préciser sa pensée et aider à s'affirmer.

On est un pronom personnel indéfini sujet du verbe

Il peut désigner :

- un ensemble de personne
- un groupe particulier de personnes
- l'émetteur « je » et d'autres personnes
- il est parfois l'équivalent d'un « je »
- il peut aussi renvoyer à l'opinion (comme valeur de vérité générale)

...traquer les « on » ...vous permettra à la fois de vous affirmer, d'être plus convaincant dans vos propos et d'engager votre responsabilité .

Quand le monde sportif se mobilise contre le racisme, l'homophobie, les discriminations et les préjugés.

Les différences visibles, comme la couleur de peau, suscitent parfois des réactions négatives, voire violentes. Ces attitudes portent atteinte à l'égalité des Hommes et à leur dignité et à leurs droits.

Entrée en matière...

***A.* Un footballeur amateur victime d'insultes racistes**

doc 1. Un match qui tourne mal. *« Makam Traoré, footballeur amateur à Roussoillon, une petite commune de l'Ain, n'en peut plus. Il est régulièrement victime d'insultes racistes et de cris hostiles venant des tribunes mais aussi du terrain. Le 25 janvier, lors d'une rencontre à Lagnieu, l'arbitre a arrêté le match quand il a entendu un joueur de l'équipe adverse insulter Makam Troaré. Le club de Roussillon a dit « stop »!*

D'après Frédéric Suteau, RFI, 5 mai 2009 www.rfi.fr

doc 2 .La victime porte l'affaire devant la justice avec l'aide de la LICRA

« Soutenu par la Ligue internationale contre le racisme (LICRA), Makam Troaré a décidé de porter plainte. Le joueur mis en cause a été convoqué par les gendarmes (...) Et pour la première fois, un dossier de racisme dans le football amateur a été porté devant le tribunal ».

D'après Olivier Bertrand, Libération 5 mai 2009 www.liberation.fr

« La licra Rhônes Alpes a réalisé pendant plusieurs mois un important travail dans l'affaire Makam Troaré (...) Notre associatio, partie civile au procés, avait choisi de ne faire témoigner qu'une personne : l'arbitre (...° A la barre du tribunal, il a relaté l'ambiance raciste du match (...) Par cette action, la LICRA Rhônes Alpes a contribué à libérer la parole et à lever un tabou autour du racisme dans la pratique du ballon rond. »

D'après le site de la LICRA, 2 juin 2009, www.licra.org

doc 3 L'auteur des injures est condamné

« Le joueur de Lagnieu a été condamné par le tribunal à 4 mois de prison avec sursis et 100 heures de travaux d'intérêt général à la maison d'Izieu d'où qurante quatre enfants juifs ont été déportés en 1944. Il devra également verser des dommages et intérêts à la victime et à la LICRA. «

D'après le site de la Licra 2 juin 2009 www.licra.org.

Doc 4 . Que dit la loi ?

Article 33 « Sera punie de 6 mois d'emprisonnement et de 22 500 euros d'amende (peine maximale) l'injure commise (...) envers une personne ou un groupe de personnes à raison de leur origine ou de leur appartenance ou de leur non appartenance à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminée. » Loi du 29 juillet 1881.

Prolonger la réflexion

Mise en scène des conflits et la résolution des conflits dans le monde sportif...

S'insérer dans le groupe

Le poids de l'héritage familial.

Pour lancer la réflexion...

- *quelles sont les principales sources de conflit liées au sport : dans la famille, les clubs, au collège, la ville ou le quartier ?*
- *Comment ces conflits sont arbitrés, par qui ? Qui propose des solutions ? Comment réagissez-vous ?*

Activité de lecture-écriture

Journal en main

- *Feuilletez le journal et repérez les articles, titres et visuels qui informent de conflits survenus dans le sport (pages « ma commune », « faits divers », « pages sportives », « monde »..)*
- *Lisez ces informations et identifiez les causes de ces conflits et leurs conséquence pour le sport lui-même, pour un joueur et sa famille, pour son club ou sa fédération dans laquelle il est affilié.*
- *Confrontez vos lectures et analyses*
- *Débattez.*

Activité d'écriture regards croisés;

- *Interrogez et dialoguez avec votre mère, votre père, vos grand-parents, grands frères ou grandes soeurs, oncles et tantes...*
- *Quel(s) sport(s) pratiquent vos parents ou votre entourage familial ? Ont-ils un souvenir dans leur jeunesse d'une atteinte grave à la dignité humaine dont ils ont été témoins ? A quelle occasion ? Comment eux-mêmes et l'entourage sportif ont-ils réagi ? Et aujourd'hui, réagiraient-ils de la même manière ? Quel(s) message(s) veulent-ils faire passer au monde sportif dans son ensemble (amateur, professionnel) aujourd'hui et pourquoi ? Pour quelles aspirations ou convictions vos parents vous ont-ils inscrit dans un e activité sportive ? Qu'espèrent-ils ?*

La mise en scène et la résolution du conflit dans le monde sportif

***Entrée en matière* : s'insérer dans le groupe**

Le monde du foot se mobilise contre le racisme.

Doc 5 Affiches et photos de presse

Doc 6« Contre le racisme tout le monde doit s'impliquer »

Lilian Thuram a été footballeur professionnel, sélectionné dans l'équipe de France de 1994 à 2008.

« Le racisme vient d'une méconnaissance des choses et des gens. Il naît de l'ignorance. Nous sommes une race qui est la race humaine. Un point c'est tout. Il faudrait se servir du football pour éduquer les gens, parce que le racisme est contraire aux valeurs du jeux, aux valeurs humaines. »

Lilian Thuram, invité à s'exprimer sur le racisme par la FIFA, le 16 mars 2006. http ://fr.fifa.com/

« Lilian Thuram a crée une fondation destinée à lutter contre le racisme. Ce nouvel organisme, appelé « Fondation Lilian Thuram -Education contre le racisme » aura pour objectif « la lutte contre le racisme sous toutes ses formes, en pariant sur l'éducation comme outil de base pour faire front contre ce phénomène ».

D'après une dépêche de l'AFP le 15 mai 2008 http ://fr.fifa.com/

Activité de lecture-écriture

Lire et analyser les documents

doc1 *Que se passe-t-il lors du match de football du 25 janvier 2009 à Lagnieu ?*

doc 2 *Quelle décision Makam Traoré prend-il ? Par qui est-il soutenu ? De quelle manière et pourquoi ?*

doc 3 et 4 *Quelle condamnation est prononcée contre le joueur qui a insulté Makam Traoré ? Quel est le sens de cette sanction ?*

doc 5 *affiches Que signifie le slogan « **Racisme, se taire, c'est accepter** » ?*

doc 6 *Pour Lilian Thuram, qu'est ce qui est à l'origine du racisme sous toutes ses formes ?*

Comment le football peut-il contribuer à lutter contre le racisme sous toutes ses formes ?

Activités de lecture écriture journal en main

Activité 1

- *Parcourez vos journaux sur un temps long (une semaine) .*
- *Sélectionnez articles, visuels, photos qui dénoncent l'homophobie, les actes de discriminations et de racismes sous toutes ses formes.*
- *Sélectionnez un fait et analyser : où ? Quand ? À quelle occasion ? Qui ? Pourquoi ?*
- *Présentez ce fait et donne votre point de vue*

Activité 2

Écrivez un billet ou une lettre ouverte

Étape 1 **Comprendre la situation d'écriture, écrire pour faire agir ou faire réagir.**

La campagne d'affichage publicitaire contre le racisme.(décrivez ce que vous voyez et interpréter les objets, les lieux et le slogan).

Étape 2 **Travail d'écriture**

Trouvez une phrase d'accroche ou une formule d'accroche qui présente le sujet que vous allez aborder.

Rédigez trois paragraphes :

- ☒ le premier pour expliquer ce que montre cette publicité,
- ☒ le second pour annoncer à qui elle est destinée et les raisons de ce choix de diffusion
- ☒ le troisième pour expliquer votre point de vue. Vous veillerez à développer des arguments illustrés d'exemples (vous vous servirez de votre revue de presse ainsi que si besoin, de votre recherche sur d'autres publicités au service de cet engagement dans le monde sportif).

Étape 3 Relecture et finalisation

a. Relisez votre travail

-votre travail est-il bien argumentatif ? Quelle idée défendez-vous ? Avez-vous utilisé une organisation logique et démonstrative ? Avez -vous utilisé au moins deux connecteurs logiques (en effet, d'ailleurs, de plus...)

b. votre article est-il précis et convaincant ? Y a-t-il trois paragraphes, le premier qui présente l'affiche à quelqu'un qui ne la connaît pas, le deuxième qui expose le point de vue des associations et des fédérations sportives, le troisième qui présente votre opinion et qui prend la défense (ou pas) du message véhiculé par cette affiche.

c.Avez-vous soigné la rédaction ? Avez-vous évité de répéter les mêmes mots ? Avez-vous soigné la construction de vos phrases ainsi que l'orthographe ?

d. Finalisez votre production écrite sur la plateforme classes-presse, trouvez un titre percutant, insérez le visuel choisi, signez et soumettez à la « publication ».

Prolongements

- *Faites des recherches sur les sites d'information des fédérations françaises et internationales du sport que vous pratiquez ou que vous regardez à la télévision. Recherchez tous les visuels produits pour lutter contre les préjugés, les discriminations de tout ordre.*
- *Collectez ces visuels et rassemblez-les sous forme de revues de presse en trouvant un titre qui informe des discriminations et préjugés dénoncés. (selon le sexe, selon l'apparence physique ou le handicap, selon la couleur de la peau, selon l'apparence corporelle...)*

Prenez contact avec des associations qui peuvent localement témoigner des travers du sport menant à des violences ou des discriminations sous toutes ses formes, qui par la même développe un esprit « le sport pour tous ». (Handisport, l'Ufolet, La ligue de l'enseignement, le Secours populaire, ATd quart monde et d'autres...) : quel est leur but ? Qu'est ce qui les motive ? Quel est leur message ? Pourquoi dans leur vie, ont -ils décidé d'oeuvrer dans cette association ? Leurs messages servent-ils à plus de solidarité, plus de compréhension pour faire reculer les préjugés et les discriminations dans le sport et la société ? (la démarche « *interview de vies professionnelles et sportives* » peut être un point de départ pour aider les élèves en classes-presse à mener l'interview pour ensuite construire leur propre information).

LE HÉROS DE LA PRESSE SPORTIVE

Ce projet pédagogique s'appuie sur l'intérêt des élèves pour les évènements sportifs et propose une approche originale de la presse sportive puisqu'elle permet de s'interroger sur le rôle des médias dans la construction du mythe du héros. La séquence a été élaborée conjointement par deux enseignantes passionnées de sport et de communication et enthousiastes à l'idée d'aborder l'articulation entre le discours de l'information sportive et la littérature.

Durée totale : 15 heures.

Public : une classe de terminale BEP Maintenance des systèmes mécaniques automatisés. Les 18 élèves, dont une fille, constituait un groupe hétérogène puisque certains avaient un niveau moyen alors que d'autres avaient davantage de difficultés mais ils étaient motivés à l'oral et habitués à travailler en groupe.

Cette longue séquence peut être tronquée sans perdre de son unité pour s'adapter à différents publics.

Documents :

- Présentation du projet, plan de la séquence, annexes 1-2-3-6 et 7.
- Fiche d'activités « La photographie sportive » - annexe 5
- Diaporama « La photographie sportive » - annexe 4

I- PRÉSENTATION DU PROJET

Il s'agissait de remobiliser la classe par un thème motivant et de proposer des activités ludiques attisant la curiosité de ces jeunes.

Projet

Aborder différemment le monde de l'information par l'étude croisée de la découverte de la presse sportive et de la figure du héros.

Supports

Supports variés et attractifs : journaux sportifs, articles de presse, textes littéraires, sites photographiques spécialisés.

Méthode

Des activités concrètes de lecture et d'écriture familiarisent les élèves avec les spécificités de la presse sportive.
Trois articles éclairent progressivement les notions de **héros** et de **mythe**. Un premier texte valorise l'exploit individuel. Le compte-rendu d'une victoire collective permet ensuite d'aborder l'épopée. Enfin, l'étude d'un article qui s'apparente à un éloge finit de construire la notion de **mythe moderne**.
La réflexion qui accompagne ces activités porte sur la construction de l'information et permet aux élèves de comprendre comment le héros sportif est, en partie, le produit d'un discours.
La séquence se propose également de réunir sport et littérature puisqu'elle offre une approche attractive de l'analyse littéraire et s'achève par l'étude d'un texte d'un écrivain passionné de sport : Philippe Delerm.

Aurélie Mounoury et Françoise Abjean
Lycée Paul Belmondo ARPAJON (91)

aurelie.mounoury@ac-versailles.fr francoise.simonian@ac-versailles.fr

La reproduction des articles et des photographies de cette séquence a été rendue possible grâce à l'aimable autorisation :
- du journal *L'ÉQUIPE* ("Une" du magazine du 15/07/06, article du 10/12/05, article du 3/07/08)
- du journal *FRANCE FOOTBALL* (Article du 14/07/1998)
- du photographe Gérard VANDYSTADT (Photographies du site « REGARDS DU SPORT », [www.vandystadt.com] et texte de Suzanne BONNIER extrait de *Lettres PHOTO graphiques*, Vandystadt Editeur.)
- des Éditions du Panama (Extrait de *La tranchée d'Arenberg et autres voluptés sportives* de Philippe DELERM)

II- DÉROULEMENT DE LA SÉQUENCE

a) Lancement

- Interroger les élèves sur leurs héros. Des sportifs peuvent être cités. En quoi sont-ils des héros ?
- Faire réagir le groupe à partir des photographies d'Annie Leibovitz, mettant en scène David Beckam en chevalier du Moyen-Age et de Roger Federer en roi Arthur (Publicité Disney - 2007)
- Poursuivre la réflexion par l'observation de la Une de *L'ÉQUIPE* Magazine du 15 juillet 2006 : « *Il était une fois Zidane* », présentant un portrait de Zidane par le dessinateur Enki Bilal.
- Aborder la notion d'**icône médiatisée** et faire comprendre sa filiation avec les héros chevaleresques légendaires.
- Formuler collectivement la problématique de la séquence.

b) Problématique

Comment la presse crée-t-elle ou entretient-elle l'image du héros sportif ?

c) Tableau synoptique de la séquence

Séance, dominante, durée	Supports	Objectifs	Activités
Séance 1 **Lecture** **LA LECTURE D'UN JOURNAL SPORTIF** **2 H**	- Un exemplaire de L'ÉQUIPE ou d'un autre journal sportif par élève dont la Une met en valeur la problématique. - Vrac d'écrits sportifs. - Grille d'analyse. **(Annexe 1)**	- Découvrir l'organisation d'un journal sportif. - Savoir identifier les différents types d'écrits sportifs. - Se familiariser avec le vocabulaire de la presse sportive. - Discerner la stratégie de L'ÉQUIPE : répondre à la passion des lecteurs et la nourrir.	*Modalités : en groupe* - Observer un élève lisant le journal (parcours du regard dans la découverte, priorités, choix, lecture…). - Feuilleter des journaux sportifs. - Dégager la composition du journal (la hiérarchie des informations et leur mise en valeur). - Caractériser les différents écrits contenus dans le journal à l'aide d'une grille d'analyse. - Dégager une typologie : éditorial, interview, fil du match, tableau de résultats, commentaire...
Séance 2 **Lecture** **LE COMMENTAIRE D'UN EXPLOIT** **1 H**	Article de Yoann Riou *MANAUDOU À LA FOLIE*, L'ÉQUIPE du 10 décembre 2005. **(Annexe 2)**	- Savoir analyser la structure d'un article sportif. - Comprendre comment le journaliste réussit à nous faire « entrer » dans l'article, à présenter des évènements, à les faire vivre comme si nous y étions et à nous faire rêver.	- Repérer dans l'accroche et la « titraille » ce qui permet au lecteur « d'entrer » dans l'article. - Analyser la composition de l'article par un relevé des indices temporels et des temps des verbes et en distinguant temps de la narration et celui des évènements. - Indiquer les événements relatés sur un axe chronologique. - Distinguer dans le texte les éléments qui relèvent de l'information et de l'émotion. - Repérer les procédés de dramatisation (les termes de reprise, le lexique, l'énonciation, le discours direct, les verbes d'action…).

Séance 3 **Étude de la langue** **LA PHRASE NOMINALE DANS LES TITRES DE LA PRESSE SPORTIVE** **2 H**	- Journal du jour. - Vrac de titres. - Brèves sportives sans titres ni sous-titres.	- Comprendre que la forme de la phrase nominale[1] se prête à la concision et à l'implicite.	- Lancement : à l'aide du journal du jour, situer la place et le rôle des titres dans la hiérarchie des divers éléments de « la titraille ». - S'interroger sur la composition syntaxique et lexicale des titres proposés dans la sélection : structure et longueur des énoncés, modalités expressives, ponctuation… - Repérer les constructions les plus fréquentes et élaborer une typologie simple. - Étudier le mécanisme de la nominalisation et son intérêt en transformant des phrases verbales simples - puis des sous-titres - en groupes nominaux (et inversement), en repérant les changements opérés et en comparant les deux formulations. - Identifier quelques procédés de langue spécifiques aux titres de presse : les expressions figées, l'implicite, l'exploitation des fonctions poétique et ludique du langage… - S'entraîner à la rédaction de titres et sous-titres en prenant en compte le contenu de chaque brève et en mettant en œuvre quelques-unes des techniques étudiées.
Séance 4 **Écriture** **LA RÉALISATION D'UNE UNE** **2 H**	- Dépêches sportives. - Photographies. - Schéma d'une Une. - Quelques Unes sportives légendaires.[2]	- Réaliser la maquette de la Une d'un journal sportif : France-Football, L'ÉQUIPE…	*Modalité : par groupe de deux élèves, si possible le lundi* **Travail évalué** - À partir des dépêches du week-end et en fonction du journal choisi, déterminer les événements à mettre à la Une. - Hiérarchiser les informations. - Écrire la Une en soignant la mise en valeur des informations par « la titraille » et les illustrations. - Exposer ses choix devant la classe et les confronter aux Unes des journaux sportifs du jour.

Séance 5 **Lecture** **LE HÉROS ÉPIQUE** **1 H**	- Article de Pierre Ménès : « *PLUS FORT QUE TOUT* » L'ÉQUIPE du 3 juillet 2000. **(Annexe 3)**	- Analyser les composantes du registre épique dans un article de presse. - Faire le portrait du héros épique et comprendre sa filiation avec les grandes figures de héros légendaires. [3]	- Surligner les passages descriptifs et narratifs. - Identifier les procédés utilisés pour exalter l'héroïsme individuel et collectif : amplification, enchaînement des actions, présence de forces surnaturelles… - En synthèse, définir l'épopée et caractériser le héros épique.
Séance 6 **Écriture** **ÉCRIRE UN ARTICLE** **1 H**	- Court résumé d'un exploit sportif. - Cours des séances 2, 3 et 5. - Dictionnaire.	- Savoir réinvestir les acquis des séances précédentes lors de la rédaction d'un article relatant un exploit sportif sur le mode épique.	- **Travail évalué** À partir d'un court résumé relatant un exploit sportif, rédiger un article de presse en respectant les caractéristiques et les procédés du ton épique.
Séance 7 **Lecture de l'image** **TICE** **LA PHOTOGRAPHIE SPORTIVE** **2 H**	- Diaporama. **(Annexe 4)** - Fiche d'activités. **(Annexe 5)** - Sites spécialisés, dont celui du photographe Gérard Vandystadt : REGARD DU SPORT. [4]	- Analyser des photographies sportives, en particulier, repérer les techniques qui mettent en valeur le geste du sportif, l'effort, la vitesse, la tension à son paroxysme, l'émotion... - Comprendre les enjeux économiques de la photographie sportive (la photographie d'agence, le droit à l'image, la publicité, le sponsoring…). - Mener une recherche sur Internet et la présenter de façon organisée.	- Observer et analyser des photographies sportives avec méthode, collectivement à l'aide d'un diaporama, puis individuellement en remplissant une fiche d'activités. - Réinvestir les connaissances lors d'un travail de recherche sur Internet, en binôme : ✓ recherche de photographies sur les sites spécialisés, ✓ repérage des sources et des circuits commerciaux, ✓ choix d'un thème et d'une photographie illustrant ce thème (défaite, coup de théâtre, victoire…), ✓ description de la photographie et analyse de ses points forts, ✓ présentation du travail de groupe devant la classe.

Séance 8 **Lecture** **L'ENTRÉE DANS LA LÉGENDE** **2 H**	- Article de Patrick Dessault « *ZIDANE ROI DES ROIS* » France FOOTBALL du 14 juillet 1998. **(Annexe 6)** - Photographie de la foule aux Champs Élysées, prise lors de la victoire de 1998.	- Découvrir un genre traditionnel : l'éloge. - Définir la notion de stéréotype. - Comprendre le rôle joué par la presse dans la construction individuelle et collective du souvenir idéalisé d'un exploit sportif. - Approfondir et définir la notion de mythe moderne.	- Relevez les champs lexicaux dominants (magie, héroïsme, religion). - Repérer et analyser les tons lyrique et épique. - Comprendre ce qu'est un stéréotype par l'étude des procédés visant à la glorification (hyperboles, métaphores, périphrases, accumulations…). - Expliquer comment naît la complicité avec l'auteur, le partage d'une passion, la communion… par un relevé des indices d'énonciation. - Mettre en relation un éloge et une photographie mythique. - Participer à un échange collectif clôturant la séquence : le héros sportif, fabrication des médias et du marketing ou reflet de la société ?
ÉVALUATION DE FIN DE SÉQUENCE **2 H**	- « *Zátopek à l'étude* », Philippe Delerm.[5] - « *5 000 mètres, jeudi 27 juillet* », Benigno Cacérès. **(Annexe 7)**	Réinvestir et appliquer les acquis de la séquence dans un devoir type BEP.	**Compétences de lecture** Analyser un texte littéraire autobiographique évoquant le souvenir idéalisé d'un exploit sportif. - Relever des indices et des procédés d'écriture; les interpréter. - Identifier des phrases nominales et expliquer leur effet de sens. Confronter un récit autobiographique avec le texte qui est à l'origine de la construction du souvenir. **Compétences d'écriture** Dans le cadre de la rédaction d'un article, présenter son héros préféré et justifier son choix.

ANNEXE 1

Énonciation (présence de l'émetteur et du récepteur)	Ce qui domine : les faits (informations) ou les opinions (jugements de valeur) ?	Temps dominants	Type de texte dominant	Intention de communication

ANNEXE 2

Séance 2

Manaudou à la folie

En une heure, Laure Manaudou a battu le record du monde du 800 m et raflé deux titres. Renversant. TRIESTE - (ITA)

De notre envoyé spécial.

« C'EST GÉNIAL. C'est super. », 18 h 12 : Laure Manaudou ne crie pas son bonheur. Il faut tendre l'oreille pour entendre ses mots simples, d'enfant. La Melunaise murmure sa joie. Pas de points d'exclamation. Elle n'exulte pas. Son visage, encore mouillé, est apaisé et orné d'un discret sourire. Ainsi donc, il est possible de dire « génial » et «super» le plus calmement du monde.

La Française vient à peine de s'offrir deux exploits, en un peu plus d'une heure. D'abord, la victoire sur le 800 m agrémenté du record du monde (8' 11'' 25). Ensuite, le succès sur le 100 m dos couronné du record de France (58" 12). Réalise-t-elle seulement ? Elle semble ailleurs. La championne olympique et du monde ne s'est pas encore relâchée. « C'était très dur », embraye-t-elle illico.

Sur le 800 m, commencé à 17 heures, la demoiselle, dix-neuf ans, ne s'est pas baladée. Elle a dû lutter avec la Russe Anastasia Ivanenko. « Je voyais que la Russe s'accrochait, ne craquait pas. Ça m'a plu. J'aime me battre. Et là, je n'avais pas le choix. Je devais tout donner. C'était une bataille. J'aurais pu me crisper. Au contraire, ça m'a stimulée. Le sport, c'est ça… » confiera après coup la protégée de Philippe Lucas. Ce n'était plus deux bras, mais deux ailes, qui la firent s'envoler. Elle se détacha irrésistiblement. Au bout, à bout de forces, l'or et le record du monde ! Son deuxième, après celui du 1 500 m petit bassin.

En pleurs avant le 100 m dos

Aussitôt le 800 m fini, conclu le poing levé, elle n'alla pas ouvrir une bouteille de champagne - Non, elle fila en quatrième vitesse rejoindre le bassin de récupération. La finale du l00 m dos l'attendait une

soixantaine de minutes plus tard. Après quelques longueurs, elle se fit longuement masser par Christophe Cozzolino.
Manaudou ne rigolait pas. Son visage exprimait de la souffrance. Elle serrait les dents. Soudain, elle se mit à pleurer. Patricia Quint, membre de l'encadrement de l'équipe de France, s'approcha, lui prit la main gauche.
« Il s'est passé des moments très forts entre mes deux finales. En quelques minutes, il y a eu plein de choses à gérer, avoua Laure Manaudou. J'ai eu un problème de combinaison. Je n'en avais qu'une courte (modèle bermuda), alors que j'en porte toujours une longue pour le dos. Ça m'a beaucoup stressée. Il fallait trouver une solution. » Lucas, sans son débardeur jaune (mais où donc l'a-t-il mis ?), se mit à courir autour du bassin. Après avoir disparu quelques instants, il revint. «Esther Baron m'a donné une de ses combinaisons longues. C'était bon. Sans elle... Sans elle, j'aurais pas gagné le 100 m dos. Je la remercie.
Enfin, c'était bon... Il fallait quand même gérer la remise des médailles. » Peu avant 18 heures, elle monta donc sur la plus haute marche du podium. Dans la tribune des nageurs, trois drapeaux tricolores brassaient de l'air. Manaudou souriait. Oh ! pas longtemps. L'heure du 100 m dos avait sonné. Elle frappa encore un grand coup. Victoire et record de France. La Melunaise n'est pas une nageuse. Non, non, c'est une orpailleuse. Allez, encore une pépite...

Yoann RIOU
L'ÉQUIPE
Le 10 décembre 2005

(Le journal L'ÉQUIPE, titulaire des droits de l'œuvre originale a aimablement autorisé sa reproduction.)

ANNEXE 3

Séance 5

Plus fort que tout

Arracher la prolongation dans un tel contexte, c'est déjà très fort. L'emporter avec une équipe à cinq joueurs offensifs, c'est énorme. Merveilleux. Phénoménal. Cette équipe est unique.

D'un de nos envoyés spéciaux à Rotterdam
Pierre Ménès

Ne nous y trompons pas. Ce qu'a réalisé l'équipe de France hier soir est absolument irréel. Être menée, sans vraiment bien jouer, par une telle équipe, parvenir à égaliser puis l'emporter est un exploit gigantesque. Parce qu'on croyait que les Italiens avaient inventé une nouvelle forme de but en or. Dès qu'ils marquent le match est fini. Les Turcs le savaient, les Hollandais le savaient. Les Bleus le savaient. Pourtant, à la 55e minute, Totti talonne parfaitement dans le dos de Lizarazu. Le décalage est fait pour Pessotto qui trouve plein axe Delvecchio. L'attaquant de la Roma s'est débarrassé, pour la première fois, du marquage de Desailly. La Squadra Azzurra ouvre le score, et ses onze joueurs, véritables chirurgiens du foot, pensent qu'ils ont fait beaucoup plus que le plus dur. Comment leur donner tort ?

Roger Lemerre, qui était parti pour faire rentrer Pires à la place de Dugarry pour conserver son dispositif initial, change immédiatement d'avis. C'est Wiltord qui entre à la place du Bordelais. Les Bleus évoluent ainsi avec deux pointes plus Djorkaeff et Zidane. C'est déjà beaucoup.

Mais il faut ça pour contourner cette exceptionnelle défense italienne. On pourrait faire remarquer que c'est à peu près normal lorsqu'on évolue avec cinq défenseurs plus deux récupérateurs, mais cela n'explique pas tout. Articulée autour d'un véritable phénomène du football défensif avec Alessandro Nesta (24 ans, il va falloir le supporter longtemps…), les défenseurs azzurri ne commettent que peu de fautes et surtout quasiment jamais d'erreurs.

Seule la vitesse de Thierry Henry les a réellement perturbés avec notamment deux avertissements (Di Biagio, 31e, Cannavaro, 42e) et surtout sur ce débordement puis ce centre en retrait que Zidane ne peut reprendre (50e).

Mais les Italiens se moquent de tout ça comme de leur premier verrou. Une fois leur but marqué, ils ont totalement accepté la domination tricolore avec une confiance qui laisse baba. Trois minutes après le but de Delvecchio, les hommes de Zoff ont même manqué le K.O. absolu avec un contre de Del Piero, bien servi par Totti. Mais la frappe croisée du gauche de l'attaquant de la Juve passe de peu à côté (59e).

Blanc, avant-centre

Il faut tout tenter. Après Wiltord, Trezeguet et Pires font leur entrée aux places de Djorkaeff et de Lizarazu. Avec trois attaquants et deux milieux offensifs, la France prend tous les risques. C'est de Wiltord que viennent les meilleures opportunités. Le Bordelais viendra à deux reprises trouver un espace entre la relation Pessoto-Cannavaro, c'est-à-dire sur le côté gauche. Enfin, lorsqu'on dit un espace, c'est une façon de parler. Un réduit plutôt, où les immenses bras de Toldo prennent bien trop de place. Toute la place.

Les Bleus prennent tous les risques. Blanc joue quasiment avant-centre. Mais c'est un vrai numéro 9, Trezeguet, qui dévie de la tête un ballon désespéré pour Wiltord qui est encore parti sur le côté gauche. Cette fois, Toldo ne peut s'allonger. La France égalise après trois minutes d'arrêts de jeu. C'est tout simplement phénoménal.

Évidemment, les Bleus se retrouvent avec une formation un peu " PlayStation " pour disputer la prolongation. Un 3-4-3 hallucinant avec Pires piston gauche, Zidane dans l'axe, Wiltord à droite, Trezeguet dans l'axe et Henry à gauche. Cela semble improbable. Mais le talent invraisemblable de cette équipe va faire le reste. Depuis le temps qu'ils nous répétaient que cette équipe était un groupe, il fallait forcément les croire. Et puis, quel coaching, M. Lemerre ! Trezeguet pour Wiltord sur le premier but, et que dire de ce débordement, digne d'un Tigana contre le Portugal en 84, de Pires pour Trezeguet (103e) ? C'est monstrueux, historique. Formidable, et on fera plus que de s'en souvenir longtemps. On ne l'oubliera jamais.

L'ÉQUIPE
Le lundi 3 juillet 2000

ANNEXE 6 **Séance 8**

EXPLOIT. *Le meneur de jeu des Bleus est béni des dieux. Les présents qu'ils ont déposés à ses pieds ont fait le bonheur du football français.*
Le numéro 10 tricolore, qui n'avait pas inscrit le moindre but en Coupe du monde, a attendu la finale pour en marquer deux, de la tête, en une mi-temps ! Zinedine est grand, et Zidane davantage.

Dimanche, dans la nuit naissante d'un jour pas comme les autres, Zinedine est redevenu Zidane. Ce funambule du jeu virtuel, cet artiste du cuir, cet alchimiste du ballon qui a éclipsé le plus grand Brésilien venu. Ronaldo n'a pas fait le poids. Ni lui ni aucun autre de ses compatriotes. « ZZ », comme il a l'habitude de signer chacun de ses crimes qui n'en sont pas aux yeux du monde, l'homme aux semelles de vent, léger comme l'air, a pris cette partie sous le bras et s'en est allé avec elle jusqu'à la fin.

Le visage déterminé, les joues ravagées par tant d'efforts, de déceptions et d'incertitudes, comme ces trois finales de Coupes d'Europe perdues au champ d'honneur, il a regardé la France bien en face et nous a emmenés avec lui, sur son nuage de bonheur intense. Il a tracé sur le rectangle magique de cette pelouse du Stade de France, désormais magique, des mots indélébiles, gravés à jamais dans le marbre de notre football, de notre mémoire. Pour cela, et plus encore, merci Zizou.

CETTE BELLE ICÔNE D' INTÉGRATION

Dans cet écrin périphérique de notre capitale, Zinedine Zidane a déposé deux perles aux reflets bleu de France. Lui, ce fils de Kabylie, belle icône d'intégration pour tout un peuple aux couleurs plurielles, a donc fait craquer le pays. Tout simplement. Et lui seul en avait le pouvoir, tant ses pieds fabriquent de l'or, sa tête du jeu, pour lui et pour les autres.

Cette fois, il s'est servi d'abord.

Il a commencé par nous éblouir, par nous en mettre plein les mirettes. La conduite de balle veloutée, l'œil du killer, enfoncé dans l'orbite, foncé, le faciès creusé et noir d'une barbe naissante, il a ciselé des coups d'attaque magiques. Il a inventé des ballons bleu, blanc, rouge, aux trajectoires de feu. Nous en avons encore des frissons, tant on a vu alors un Zizou exceptionnel, maître de son sujet, chef de bande comme jamais.

Tout ce qu'il a entrepris, il l'a réalisé à chaque fois pour aller de l'avant, pour montrer à tous qu'il était là cette fois, que c'était son jour, son histoire, leur histoire. Forcément la nôtre et celle de tous les Français. Il nous l'avait promis, et il nous le devait. Oui, quelque part, il nous le devait, comme il se le devait à lui-même pour n'avoir pas, jusqu'ici, posé cette empreinte sur le jeu de l'équipe de France. Michel Platini avait annoncé, avant l'heure, que les Bleus « ne pourraient pas être champions du monde sans un grand Zidane ». Il s'est trompé jusqu'à la finale, atteinte sans que le magicien bleu ait posé sa baguette sur ce dernier grand événement sportif de notre siècle.

Patrick Dessault
FRANCE FOOTBALL
Le mardi 14 juillet 1998

(Le journal France FOOTBALL, titulaire des droits de l'œuvre originale, a aimablement autorisé sa reproduction.)

ANNEXE 7

LE HÉROS DE LA PRESSE SPORTIVE

ÉVALUATION DE FIN DE SÉQUENCE

Texte 1

ZÁTOPEK À L'ÉTUDE

À l'étude, les soirs d'hiver, au cours moyen deuxième année. Après la longue récré de quatre heures et demie, nous revenions dans la salle de classe. Ce n'était plus pareil. Nous étions moins nombreux, dehors la nuit venait. Je faisais mes exercices de trains et de baignoires, j'apprenais mes leçons, noblesse, clergé, tiers état, étamine et pistil. À son bureau, l'instituteur – mon père – corrigeait nos cahiers. Plus besoin de faire de la discipline. Une bonne volonté un peu sommeilleuse et engourdie gagnait les pupitres[1]. Vers six heures moins le quart, moins dix, j'avais fini.

Nous avions deux livres de lecture. On leur donnait le nom de leur auteur. Renaud pour l'un, Duru pour l'autre. Lire, pour demain, Duru p. 232… Il y avait des textes qu'on n'étudierait jamais en classe, parce que leur sujet n'intéressait guère M.Delerm.

Est-ce cela qui donnait tant de prix à l'évocation du 5 000 mètres d'Helsinki, aux Jeux de 1952 ? Duru. J'ai oublié la page, 155 ? Mais j'ai gardé des phrases par cœur. « Mimoun[2] suit, Mimoun remonte… » La course – je crois qu'il s'agissait d'un extrait de *La Quinzième Olympiade* de B.Cacérès – était évoquée avec un envoûtant lyrisme[3]. La chute de l'Anglais Chataway à l'entrée de la dernière ligne droite en constituait le sommet tragique. Une photo en noir et blanc, brouillée par la mauvaise qualité de sa reproduction neigeuse, illustrait ce moment précis. Sortie du dernier virage. L'implacable Zátopek[4] lancé vers la victoire avec son masque de souffrance, Mimoun, puis l'Allemand Schade, et, couché contre la lice[5], le malheureux Chataway.

Je l'ai faite cent fois, la course d'Helsinki, dans la tiédeur des soirs d'étude, juste avant six heures. Le sport, c'était ce qu'on n'expliquerait pas en classe, et devenait du coup si désirable. Un monde pour moi seul. Des mythes à enfourcher, à amplifier au creux de soi. Des silhouettes en noir et blanc, des phrases. La gloire et la tristesse. Toute la vie devant pour aimer ça.

Philippe Delerm
La tranchée d'Arenberg et autres voluptés sportives
© Éditions du Panama, 2007

Texte 2

5 000 MÈTRES, JEUDI 27 JUILLET

Benigno Cacérès relate la mémorable finale olympique du 5 000 mètres disputée le jeudi 27 juillet 1952 à Helsinki. L'Anglais Chataway a abordé en tête la dernière ligne droite…

La clameur d'enthousiasme du stade se transforme en un cri d'effroi, Chataway s'écroule. Il a touché la lice. Les Dieux ne sont plus avec Chataway. Est-il blessé ? Comme un héros, qui ne veut pas mourir, avec le *finish*[1] de sa race, il est à nouveau debout. Trop tard, le sprint final se déroule devant lui. Zátopek arrache littéralement sa foulée, mais Mimoun ne veut pas être battu. Mimoun suit, Mimoun remonte. Schade, le visage froid, semble dans une autre course, dans un autre monde. Tous les spectateurs sont debout et s'agitent. C'est l'arrivée. Zátopek a gagné, mais Mimoun, le Français Mimoun, est là tout près, il vient de se battre en grand champion.

Maintenant la foule dans le stade attend religieusement l'annonce des temps réalisés. Sensation : 14'6''6/10 pour Zátopek, meilleure performance de l'année. 14'7''4/10 pour Mimoun, record battu de 12 secondes. 14'8''6/10 pour Schade.

Tous les trois ont pulvérisé le record olympique.

Benigno Cacérès
La cinquième olympiade
© Éditions du Seuil, 1953

I-COMPÉTENCES DE LECTURE (10 points)

Toutes les réponses doivent être rédigées.

TEXTE 1

Question 1

« Ce n'était plus pareil » (ligne 2). Caractérisez l'atmosphère de la salle d'étude et dites ce qui la rend si particulière. (1 point)

Question 2

L'auteur nous fait partager une expérience qu'il a vécue cent fois dans la salle d'étude.

a) En quoi consistait cette expérience ? Qu'est-ce qui la déclenchait ? Quels sentiments procurait-elle à l'auteur ? (1,5 point)

b) Expliquez la phrase « Des mythes à enfourcher, à amplifier au creux de soi. » (ligne 22). (1 point)

c) Que traduit l'emploi des phrases interrogatives aux lignes 11 et 12 ? (1 point)

Question 3

Observez la construction grammaticale des cinq dernières phrases du texte (lignes 22 à 24) et dites ce qui la caractérise. Quel effet l'auteur a-t-il recherché en employant cette construction ? (2 points)

TEXTES 1 et 2

Question 4

Mettez en rapport le texte 2 avec le texte 1 et dites ce que le texte 2 nous permet de comprendre et de vérifier. (2 points)

TEXTE 2

Question 5

Relevez deux procédés employés par Benigno Cacérès pour nous faire vivre l'événement comme si nous y étions. (1 point)

Question 6

Dites pourquoi cette course est entrée dans la légende du sport. (0,5 point)

II- COMPÉTENCES D'ÉCRITURE (10 points)

À la demande d'un magazine pour la jeunesse qui mène une enquête sur les héros préférés des adolescents, vous rédigez un article d'une trentaine de lignes où vous faites partager aux lecteurs votre admiration pour une célébrité actuelle ou passée, appartenant au monde du sport, du spectacle ou de tout autre domaine.

Présentez cette personnalité en expliquant les raisons de votre choix et ce qui vous attire chez elle. Dites ensuite ce que cette célébrité vous apporte et en quoi elle est un exemple ou un modèle pour vous.

Vous choisirez un pseudonyme pour signer votre article.

La qualité de l'orthographe, de la syntaxe et de la grammaire sera prise en compte dans la limite de trois points.

Le héros sportif

Rapporter, reporter, fixer l'instant, c'est photographier. Photographier, c'est aussi jeter le bon regard au bon moment, se donner le privilège d'arrêter le temps… pour un instant : celui où l'émotion est la plus vive, la plus douloureuse, où l'on sent qu'il est impératif d'éterniser pour les connaître à nouveau, ce bonheur, cette douleur dus au geste, qui vont disparaître au regard. Mais le photographe devient l'artiste qui ressent que c'est là, justement, que va être « le cliché », sa photographie.

Le photographe sportif est doté d'un œil à la complexité de celui de la mouche qui voit partout en même temps, d'un sens du moment et du choix rapide, c'est un_esthète à la sensibilité de peintre, au goût de l'attitude propre au sculpteur

C'est non seulement un homme qui fait partager les explosions de joies, les expressions de la souffrance humaine ou animale, les horreurs du drame, les envols de la performance ou simplement la beauté de l'attitude, mais qui, dans chaque manifestation sportive, ajoute son sens de la vie par ce qu'il sait montrer d'inattendu, de grotesque, de drôle parce qu'imprévisible, exagéré ou même impensable.

Suzanne Bonnier
Extrait du numéro spécial de la* Revue des artistes français *n°42
Lettres PHOTO graphiques, Vandystadt Editeur

Relevez dans ce texte les quatre missions que se donne le photographe sportif d'après Suzanne Bonnier :

Pour chaque photographie*, indiquez son thème, ses points forts, les moyens techniques mis en œuvre et l'intention du photographe.

Thème : .....

Les points forts de la photographie :

.....

Les moyens techniques mis en œuvre : .....

.....

Intention du photographe : .....

Thème : .....

Les points forts de la photographie :

.....

Les moyens techniques mis en œuvre : .....

.....

Intention du photographe : .....

Thème : .....

Les points forts de la photographie :

.....

Les moyens techniques mis en œuvre : .....

.....

Intention du photographe : .....

Thème : .....

Les points forts de la photographie :

.....

Les moyens techniques mis en œuvre : .....

..... **Intention du photographe :** .....

Thème : .....

Les points forts de la photographie :

.....

Les moyens techniques mis en œuvre : .....

.....

Intention du photographe : .....

Pour chaque photographie*, indiquez son thème, ses points forts, les moyens techniques mis en œuvre et l'intention du photographe.

Thème : LA DÉCEPTION, LA DÉFAITE INDIVIDUELLE

Les points forts de la photographie :
L'expression du visage : yeux fermés, dents serrées, tête levée.
Les gestes : les poings fermés.
Le corps de l'athlète : la transpiration qui colle le maillot, les muscles saillants.
La couleur bleue.
Les moyens techniques mis en œuvre :
Le flou qui isole le sportif dans sa défaite en premier plan;le cadrage en plan rapproché…
Intention du photographe : faire partager une émotion.

Thème : L'EFFORT, L'ENDURANCE, LA CONCENTRATION

Les points forts de la photographie : l'impression de mouvement, les regards, les expressions des visages, la synchronisation des gestes, une scène de groupe, les couleurs vives…
Les moyens techniques mis en œuvre : la prise de vue verticale, qui donne une impression d'action, les lignes directrices obliques qui évoquent le mouvement et l'énergie, le flou de l'arrière plan qui accentue l'idée de vitesse, la légère plongée, l'exploitation de la lumière qui met en valeur les corps féminins…
Intention du photographe : fixer l'instant, donner l'impression de mouvement.

Thème : LA CONCRÉTISATION D'UN EFFORT COLLECTIF

Les points forts de la photographie : une action en suspens, la position du ballon, les regards, les gestes coordonnés, les ombres, le sol neutre sur lequel se détachent les personnages, la tension, le suspense, la beauté de la composition.
Les moyens techniques mis en œuvre : la plongée.
Intention du photographe : être un esthète, fixer l'instant.

Thème : LA CONCENTRATION

Les points forts de la photographie : sa netteté, la tension, la concentration du sportif (regard, mains…), le temps suspendu, le ballon en équilibre, l'arrière-plan flou, attente.
Les moyens techniques mis en œuvre : l'équilibre de la composition, le plan de face, rapproché…
Intention du photographe : fixer l'instant.

Thème : L'ÉNERVEMENT, L'HUMOUR

Les points forts de la photographie : le geste du personnage, son regard, la drôlerie de la situation, les couleurs.
Les moyens mis en œuvre : la composition de la photographie, le personnage tournant le dos à la table, l'arrière-plan flou…
Intention du photographe : montrer l'inattendu.

COMMENT RENDRE L' IMPRESSION DE VITESSE ?

En jouant sur les flous : flou d'arrière plan et flou de mouvement

En fixant l'instant clé où les pieds des sportifs ne touchent pas terre

En mettant en valeur les jeux de jambes

En laissant du champ devant les athlètes en mouvement

COMMENT TRADUIRE LA CONCENTRATION ?

Par le choix du PLAN RAPPROCHÉ qui renseigne sur la psychologie et les émotions de la sportive

Par le FLOU D' ARRIÈRE PLAN qui isole l'athlète

Par l'importance donnée au REGARD qui fixe le haut de la perche, HORS CADRE

Par l' IMMOBILITÉ de l'attitude

COMMENT ILLUSTRER LA VICTOIRE COLLECTIVE ?

La victoire	… collective
Lignes obliques : énergie, dynamisme	Sept joueurs dans le cadre
Les sourires, l'explosion de joie	Une même direction
Les bras ouverts	La symétrie des gestes
Le regard en direction du photographe	Le V de la victoire

COMMENT METTRE EN SCÈNE LE HÉROS ÉPIQUE ?

LA NARRATION D'UN COMBAT : une action héroïque interrompue par une blessure

LA DESCRIPTION : le sang, les marques de la souffrance et de l'action collective, la tenue, les protections

L'ACTION INDIVIDUELLE : le plan de face, le regard à la hauteur de celui du photographe, l'isolement du joueur, à terre, au centre

L'ACTION COLLECTIVE : le groupe solidaire

Ce qui est raconté ? Ce qui est décrit ?

Sur l'individu ? Sur l'action collective ?

COMMENT TRANSFORMER DES ATHLÈTES EN ARTISTES ?

En fixant l'instant où la figure est la plus spectaculaire, la plus esthétique.

« Alors, le dilettante surdoué se mue en acrobate, puis en funambule. » **(Philippe Delerm)**

VANDYSTADT.COM
REGARDS DU SPORT

ATHLETISME HOMMES : SEMI-MARATHON : PHOTOGRAPHES DE PRESSE, CAMERA DE TELEVISION (CAMERAMAN) LORS DU SEMI-MARATHON DE NEW YORK, LE 5 AOUT 2007, A NEW YORK, ETATS-UNIS.
DIGITAL IMAGE.

© JIRO (VANDYSTADT.COM)/REGARDS DU SPORT

Sport et histoire des arts

Retour sur les JO 2012 à Londres.

1. **En images**

   Objectifs

- apprendre à décoder les effets visuels dans la mise en scène de l'information
- comprendre la construction et le rôle d'une UNE.

Lectures des **UNES** Ouest-France /Le Télégramme : ouverture et clôture des JO de Londres et de Pékin + paralympiques (insertions de ces UNES à faire)

problématiques :

Les Jeux Olympiques : une culture partagée par tous les peuples ?

par groupe

patrimoine et rites collectifs

- **QUE** voit-on ?
- Nommer et décrire les symboles des Jeux Olympiques présents dans ces UNES .
- Puis analyser. Comment sont-ils mis en scène ? (format de l'image, cadrage, couleurs) . Quel(s) sont les message(s) (explicite ou implicite) transmis par ces symboles ? (les noter au tableau).
- Selon vous, y-a-t-il un symbole du sport absent de ces visuels ? ? Lequel ? Pour quelle(s) raison(s) ?
- Appuyez votre propos en recherchant sur les sites d'information une image des JO de Londres qui illustre et concrétise votre représentation du sport.(noter les réponses au tableau).

Confrontation des réponses et des analyses. Puis classement des réponses et propositions selon qu'elles expriment un fait, un commentaire ou une opinion.

Les Jeux Olympiques : un spectacle au service de qui ?

Retour sur les visuels.

- **QUI** voit-on ? Qui sont-ils ? (homme ?femme ?enfant ?Origine ?) Que font-ils ? De quel(s) pays sont-ils ? Que représentent-ils dans le sport olympique ? Quel est leur rôle et dans quel domaine ? (sportif, politique, communicant, sponsors, ...)
- Discutez ces choix. Quelle(s) idée(s) (représentation) du sport est donnée dans ces visuels ? (noter les réponses au tableau) .
- Confrontation des réponses et analyses.
- Puis classement des représentations par domaine s (ou champs lexicaux).
- Quelle représentation du sport vous vous auriez mise en évidence ? Pour quelle(s) raison(s) ?
- Choisissez sur un site une illustration (dessin de presse, photo, infographie) qui montre votre conception du sport. (afficher ces illustrations choisies légendées et/ou titrées).

Activités écriture :

1. Concevoir et organiser une enquête en direction des élèves de votre collège sur le sport.

Objectifs

- mettre en résonance et questionner les représentations du sport énoncées lors des activités précédentes
- les confronter à d'autres que nous-mêmes
- se mettre dans la peau d'un journaliste de terrain
- se répartir les rôles dans le temps et les étapes (définir le projet journalistique, définir les questions à poser et leur utilité, définir le traitement journalistique pour rendre compte des résultats)

- Discutez du contenu du questionnaire et de son utilité .
- par groupes : q*uelles informations sur le sport voulons-nous recueillir auprès des élèves du collège ? ? (âge ? Sexe ? Pratique d'un sport ? Si oui, lequel ? Depuis quand ? Pour vous le sport c'est ...* reprise des réponses des élèves énoncées lors des activités précédentes et complément...)
- concevoir l'organisation matérielle du questionnaire : *comment le distribuer pour avoir le plus de réponses possibles ? Quand ? Qui ? Où ?*
- Concevoir le dépouillement : *de quoi aurons-nous besoin pour rendre compte de notre enquête ?Qui ? Quand ?*
- Trouver le traitement journalistique le plus adapté pour rendre compte des résultats auprès des élèves du collège : *comment mettre en scène les réponses pour être lus ?*

Mise en perspective : retour sur les JO de Pékin 2008

Objectifs

- comprendre la diversité des medias : une info des médias
- aborder les notions de ligne éditoriale et de pluralisme nécessaire aux citoyens

Contexte : les Jeux Olympiques organisés par la chine en 2008 ont crée la polémique .

Beaucoup considéraient que ce pays avait encore du chemin à faire pour respecter les droits de l'homme. Pourtant les moyens déployés et la magie du sport ont pu faire les désaccords politiques . Au moment de la cérémonie d'ouverture la presse était divisée.

document 1 le télégramme samedi 9 août 2008

doc 2 Ouest-France samedi 9 août 2008

document 3 libération samedi 9 et dimanche 10 août 20008

document 4 le figaro samedi et dimanche 10 août 2008

- décoder les effets visuels dans la mise en scène de l'information
- distinguer fait, opinion et commentaire.

Activité lecture

lire l'image

- analyser l'image choisie dans les docs 1 et 4 : que représente-telle ?Quelle image des jo donne-telle ? Positive ou négative ?

- l'image est cadrée différemment dans les docs 1 et 3 : pourquoi ?

- quel est le choix fait dans le document 2 ? Quel point de vue sur les jo cette UNE souligne-t-elle ?

- pourquoi est-il important d'avoir plusieurs sources d'information ?

Activité lecture

Affiche officielle JO de Berlin, 1936

Affiche officielle JO Finlande, Helsinki 1940

"Londres 1948, Jeux Olympiques" Affiche officielle

Moscou 1980 Affiche affiche des JO

Mettre en relation l'image et le titre

- Quel titre vous paraît être en accord avec l'image ? Pour quelle(s) raison(s) ? Quel rôle ce titre joue-t-il pour les lecteurs ? (informe ? émeut ? Fait réfléchir ?)
- Quel titre vous parait être en décalage par rapport à l'image ? Pour quelle(s) raison(s) ? Quel rôle ce titre joue-t-il pour les lecteurs ? (informe ?émeut ? fait réfléchir ?)

Activité écriture

écrire à partir de l'image

- choisissez une des photos publiées en « une » et écrivez un article d'une dizaine de ligne sur les jo de Pékin . Dans cet article vous ferez part de votre point de vue.

Activité écriture

à partir d'un titre

- Recopier le titre que vous préférez. Si vous choisissez le titre du Télégramme « *les jeux entrent en piste à Pékin* » ou le titre de Libération « *Vilaine courbette à Pékin* », remplacez *Pékin* par *Buenos Aire*, où se dérouleront les prochains JO en 2016. Mettez-vous dans la peau d'un journaliste qui couvre l'évènement d'ouverture de ces JO.
- Quel type d'article écririez-vous pour répondre aux attentes du titre que vous avez choisi ?
- Quelle illustration souhaiteriez-vous mettre en dessous du titre ? Quelle serait votre légende ?
- Qui serait le dernier relayeur de la flamme olympique qui embraserait la vasque aux prochains JO ? Pourquoi votre choix ?
- Seul un sportif mérite-t-il selon vous, ce privilège ?

Prolongement parcours presse et histoires des Arts

« pouvoir et société » « rupture et continuité «

Les JO s'affichent officiellement.

L'évolution et la signification des affiches Olympiques d'été de 1936 à 2012 :

- Impact des affiches sur le pays
- Evolution de l'affiche des Jeux Olympiques

- Interprétation des affiches

Affiche officielle JO Attlanta 1996

Affiche officielle JO Athène 2004

Affiche officielle JO Pékin 2008

Affiche officielle JO Londres 2012

Histoire, politique et sport

Rappel de quelques dates qui montrent que la plus grande manifestation sportive du monde n'est pas à l'abri des problèmes et des décisions et politiques et idéologiques...

1894 : restauration des Jeux Olympiques par Pierre Coubertin

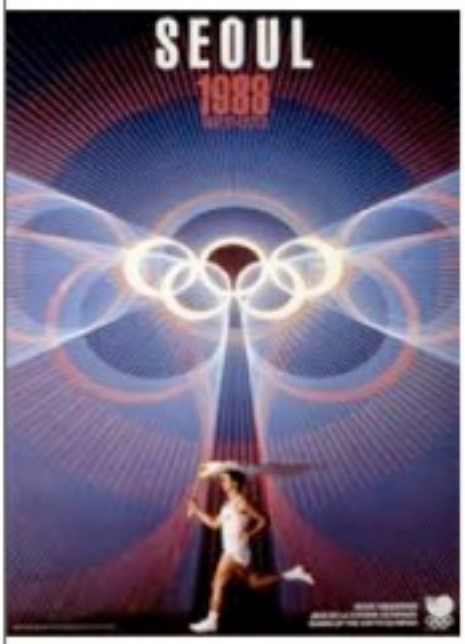
1936 Jeux Olympiques de Berlin. Ils sont interdits aux juifs. La victoire d'un athléte noir américain, Jesse Owens, qui remporte quatre médailles d'or en athlétisme, apporte un démenti aux théories raciales d'Hitler. Ces Jeux sont aussi l'occasion d'une gigantesque mise en scène du nazisme, prélude aux grandes démonstrations qui auront lieu dans les années suivantes.

1968 Jeux Olympiques de Mexico. Deux athètes noirs américains, médaillés au 200 mètres, Tommie Smith et John Carlos, lèvent leur poing ganté au moment de la remise des médailles, et refusent de regarder le drapeau américain en signe de protestation contre la politique ségrégationniste des États-Unis.

1972 Jeux Olympiques de Munich. Des membres du groupe armé Septembre noir prennent en otage l'équipe israélienne. Onze athlètes de cette équipe sont tués au cours de l'assaut destiné à les libérer.

1980 Jeux Olympiques de Moscou. Les Etats-Unis et des pays occidentaux, parmi lesquels la France, refusent de participer aux Jeux après l'invasion de l'Afghanistan par les Soviètiques.

2008 Jeux Olympiques de Pékin Plusieurs pays refusent d'être présents à la cérémonie d'ouverture de ces jeux pour protester contre le non-respect des droits de l'Homme en Chine.



Affiche officielle JO Seoul 1988

Affiche officielle JO Barcelone 1992

Situation géographique des villes ayant accueilli les JO depuis leur création

Commentez.

Pour analyser...

La signification et les valeurs de l'olympisme selon l'époque sont véhiculées par différents symboles :

- l'utilisation dans l'affiche des symboles de l'olympisme (anneaux, flamme, laurier)
- le corps de l'athlète : héros ? Sportif ?
  - Qui est absent ? (Absence de la femme. Absence de la diversité humaine..)
- le nationalisme

Pistes pédagogiques

Imaginez que votre ville (ou une ville voisine) est chargée d'accueillir les Jeux Olympiques.

Créez une affiche qui annonce les JO. Quels sont les éléments que vous jugez important d'inclure, et pourquoi ?

Observez une affiche olympique. Analysez le contenu, la composition, les couleurs.

Replacez l'affiche dans son contexte social et politique.

Comparez deux affiches et essayez de déterminer laquelle est la plus moderne. De quelle manière une affiche entretient-elle un rapport étroit avec la période dont elle est issue ?

Choisissez une autre grande manifestation sportive ou culturelle et analysez l'affiche produite à cette occasion.

BIBLIOGRAPHIE

Sport au féminin et sport au masculin

Comment appréhender en classe et à travers les médias, le thème :du sport au féminin / masculin pour les enseignants ?
Toutes les activités proposées ont un même fil conducteur : les représentations des rôles féminins et masculins dans les médias. Identifier et débattre des rôles de chacun dans le journal et les médias. Les élèves (4ème, 3ème Seconde) ont apporté leurs contributions en formulant des approches et des questionnements qui les intéressent et qui éveillent leur esprit critique. Toutes ces activités pédagogiques s'appuient sur les apprentissages de lecture du journal écrit et sur leur consommation de médias.

2 types d'activités sont présentées :
1.Ouvrons l'oeil !
S'approprier le journal, se familiariser avec sa composition, échanger des stratégies de lectures, repérer les différences FEMININ / MASCULIN dans :

- Les gros titres.
- Les photos
- Le choix des photos.

2. Impliquons-nous !
S'impliquer, écrire, dessiner et illustrer un point de vue particulier sur le thème
Les représentations féminines et masculines dans les médias : fiction ou réalité dans :

- Les sports

Activité 1. Les gros titres.

Un gros titre attire l'attention du lecteur vers l'article, pique sa curiosité, rend la page plus
attrayante. En regardant les gros titres, on voit ce que le rédacteur considère comme important. La largeur de la page que le titre couvre, la grosseur des caractères, l'endroit où le titre est placé dans la page, indiquent l'importance au lecteur.

- En groupes, feuilletez vos quotidiens pour trouver des titres sur les « hommes » et sur les « femmes ». Découpez-les et collez-les sur une feuille, en indiquant la rubrique, et l'endroit où le titre est placé dans la page.

- Recopiez chaque titre sur le tableau qui suit en indiquant la rubrique et l'endroit et décidez si l'article est positif, négatif ou neutre en cochant la case appropriée.

Titres sur les femmes	+	-	neutre
Titres sur les hommes			

Pour discussion
Conclusions ? Débats : réalité ou fiction et pour qui ?

Activité 2. les photos.

Qui est sur la photo ?
Les photographes contribuent efficacement à l'impact d'un article. C'est pourquoi le journaliste tente de les y inclure le plus souvent possible. Une photo est souvent ce qui reste en mémoire le plus longtemps.

Tout comme les articles, les photos passent par un processus de sélection. Plusieurs facettes sont prises en considération : l'actualité, l'impact, le bon goût, la qualité et les possibilités en matière de mise en page.

Le but de cette activité est d'aller chercher de l'information sur la façon dont on illustre la société dans les quotidiens. Principalement pour notre axe de lecture, sur le nombre de photos qui mettent en scène des publics féminins et des publics masculins et leurs contextes.

Modalités : Par groupe de 3. Chaque groupe devra choisir un secrétaire et un porte-parole pour faire le rapport à la classe à la fin de cet exercice. 3 exemplaires du même numéro du journal afin que l'on puisse découper des deux côtés des pages et garder un exemplaire intact pour référence.

Exercice :
Découpez toutes les photographies et illustrations de personnes « féminines » et de personnes « masculines » dans le journal. N'incluez pas la publicité. Regroupez les photos par sexes. Collez-les sur une affiche.

Répondez aux questions suivantes :
Que font-elles ?
Dans quel contexte ?
Où les avez-vous trouvées dans le journal ?
Pourquoi sont-elles dans l'actualité ?
Quels rôles sociaux sont représentés ?
Les images sont-elles positives ou négatives ?
Les stéréotypes y sont-ils renforcés ou éliminés ?
Discutez
Quelles conclusions en tirez-vous, pour les photos ou illustrations montrant des personnes de sexe masculin ? (nombre ? métiers ? lieux ? vêtement ? sport ? seul ? en groupe ? niveau social ? richesse ?….)
Et celles montrant des personnes de sexe féminin ?

Activité 3. (complémentaire) : le choix des photos

Les photographies proviennent de diverses sources : des photographes employés par le journal, celles achetées auprès de diverses agences spécialisées à travers le monde, celles fournis par des correspondants pigistes.
Une mention de la source accompagne habituellement la photo.
Les photographies, comme les articles d'actualité, sont sélectionnés selon un processus rigoureux qui prend en considération un bon nombre de sujets.
L'information
La photo renseigne-t-elle ? Communique-t-elle mieux une idée que ne pourrait le faire un texte,
L'impact
A t-elle un impact ? Attire-telle l'attention du lecteur même si c'est un sujet qui ne sort pas de l'ordinaire ?
La diffamation
La photo est-elle diffamatoire ? Le texte est-il approprié ? Est-elle d'actualité ?
L'originalité
Offre-t-elle quelque chose que les lecteurs n'ont jamais vu ? Jette-t-elle un oeil nouveau sur un
sujet ancien ?
La qualité
Les photos trop sombres, trop pâles, trop floues, dont le grain est trop visible nuisent plus qu'elles n'aident. Dans ce cas là, il est préférable de ne pas publier de photo que d'en publier une de mauvaise qualité.
La mise en page
Il faut évaluer la photo en pensant à la mise en page finale.

Exercice :
Devenez chef(e) de la photographie !
- Les filles : Par groupes de 3, choisissez dans le journal une photographie qui selon vous, illustre un stéréotype masculin. Mettez en pratique les critères cités plus haut pour choisir une photo pour publication éventuelle. Auriez-vous publier cette photo ? Pourquoi ? Si oui, dans quel journal ou magazine ? Pour montrer quelle information ? . Prévoyez un porte-parole pour restituer ce travail à la classe.
- Les garçons : même travail.
Discussion et argumentation.

Activité 4. Les sports

Le sport (photo et articles) occupent une place importante dans les choix rédactionnels des médias, télévisés ou écrits.
Le but de cette activité est de prendre conscience que les médias jouent un rôle dans leurs préférences pour un sport ou un autre et de prendre conscience que les médias véhiculent des valeurs . Par exemple que les femmes et les filles ne sont pas aussi sportives que les hommes. Parler de leur sport préféré et de la couverture médiatique des sports dans les médias fournit aux enseignants des occasions pour poser rapidement des diagnostics sur les habitudes d'écoute télévisuelle des élèves, leurs expériences sociales associées aux sports, leur confiance en soi et leur compréhension du vocabulaire et des concepts utilisés par les médias.
Modalités suggérées.
• Préparer le tableau des sports : les sports préférés à la télé et dans le journal (voir le doc d'accompagnement).
• Enregistrer les discussions dans le but d'une prise de distance des représentations du sport dans les médias et d'être capable d'écrire un article de presse (reportage, billet d'humeur, interview) sur ce thème
• Demander aux élèves quels sports ils aiment et regardent à la télé ou dans le journal.
• A partir des réponses recueillies, compléter le Tableau des sports.
• Encourager les élèves à préciser s'ils aiment regarder leur sport à la télé (représentation médiatique du sport) ou s'ils préfèrent le pratiquer eux-mêmes.
• Demander d'expliquer la différence entre ces deux expériences.
• Discuter avec les élèves des sports que leurs amis(es) ou les membres de leur famille aiment et demander d'expliquer ces choix (influence des contextes culturels, de l'âge et du sexe).
• Inviter-les à parler de l'aspect esthétique des articles qu'ils ont apportés et de ce qu'ils aiment en particulier.
Réflexion
• Interroger les élèves pour savoir comment ils se sentent lorsque ils se blessent en faisant du sport et ce qui pourrait être fait pour améliorer cet aspect du sport.
• Aider les élèves à prendre conscience des divers sports qui existent, de la participation féminine et masculine et de la participation d'athlètes aux prises avec des difficultés physiques. . Il se peut que des élèves ne considèrent pas certaines activités comme

des sports parce que des filles et des femmes y participent (par exemple, le patin artistique et la gymnastique).

• Rechercher des exemples de femmes et de filles qui pratiquent des sports comme le hockey, le baseball et le basket-ball et en discutez avec les élèves. Il est possible que des élèves ne soient que très peu conscients des capacités et du rôle des femmes dans certains sports et que la représentation de ces sports dans les médias les ait amenés à conclure que les femmes ne peuvent pas s'adonner à ces activités.

• On peut aussi demander à chaque élève d'amener une photographie de presse mettant en scène leur sportif(ve) préféré(e) et les aider à justifier leurs préférences (apparence corporelle, caractère, prouesse, apparition dans des clips, …). Le décompte des sportives et des sportifs est significatif des représentations médiatiques et mentales .

Evaluation

Les progrès des élèves sont évalués en fonction de leur contribution aux discussions sur les divers sports et sur leurs représentation sdans les médias.

Encourager les élèves à se demander si certains sports attirent plus les hommes ou les femmes.

Donner-leur le temps pour exprimer les raisons qui, à leur avis, justifient de telles préférences.

• Ecriture d'un article de presse à partir des enregistrements des discussions.

• Interview d'un arbitre sportif ou/et d'un journaliste sportif .(les 2 pouvant être féminins !)

• Interview d'un enseignant puis d'une enseignante d'éducation sportive du collège : mêmes sports pour les filles et les garçons ? mêmes compétences physiques ? Plus de complaisance pour les filles ? pour les garçons ? mêmes évaluations ? Qu'apprend-on des relations filles et garçons dans le sport ?

Doc d'accompagnement : Tableau des sports

Sport	Préféré à la télé	Nombre d'élèves	Préféré dans le journal	Nombre d'élèves	Sport pratiqué	Nombre d'élèves
Basketball						
Football						
Hockey						
Patinage artistique						
Voile						
Tir à l'arc						
Gymnastique						
autre						

Voir, faire voir le monde sportif

L'image sportive : un rôle à part entière

L'égalité des sexes dans le sport : réalité ou illusion ?

Faire voir : quoi ? Comment ? Pour quoi ?

Interroger les choix de publics de lecteurs et de contenus

L'ensemble des images – photographies de presse, images télévisées, publicités – affichées par les médias, participent à la construction de nos représentations mentales. Elles influencent la manière dont nous percevons un événement, un thème d'actualité ou une question sociale. Or ces images répondent à des objectifs précis, parfois implicitement liés : informer, émouvoir, choquer, rassembler, vendre. Il s'agit de prendre du recul et de comprendre ainsi comment certaines images contribuent à construire des représentations mentales qu'il faut savoir mettre à distance.

L'égalité des sexes dans le sport : réalité ou illusion ?

Agir contre le sexisme, revendiquer l'égalité entre les femmes et les hommes dans le sport aussi ? Selon la constitution, « *la loi garantit à la femme, dans tous les domaines, des droits égaux à ceux de l'homme* ». Mais dans les faits, des actions sont nécessaires pour que l'égalité soit réelle, dans le sport comme dans la société.

Au cours du siècle dernier, de nombreuses avancées dans ce domaine ont pu être constatées dans notre société. Préoccupation de nos institutions en lien avec les pressions de divers mouvements féministes et de l'évolution de notre société, l'égalité des sexes reste un objectif régulièrement réaffirmé. Différentes mesures et incitations tentent d'y contribuer. Cependant, face à notre histoire sociale, à nos représentations sur le masculin et le féminin, qui nous pousse à croire à une valeur universelle basée sur le biologique, posons la question des chances d'aboutir à une véritable " égalité des sexes " dans le domaine sportif.

Les représentations sociales du masculin et du féminin dans le domaine sportif

Les inégalités s'amenuisent progressivement sans disparaître pour autant. Même si les femmes accèdent de plus en plus aux tâches masculines, il y a toujours plus loin, plus avant, un " domaine réservé masculin » , dans le politique, du religieux, les responsabilités d'entreprise, la famille... et le monde sportif. Ces catégories sont extrêmement durables, puisqu'elles sont transmissibles, inculquées très tôt par l'éducation et l'environnement culturel, et relayées par tous les messages et signaux explicites et implicites du quotidien .

Objectifs recherchés..

Réfléchir au sens et à la portée des images mettant en scène le monde sportif et donner son point de vue .

1. Comprendre comment se construisent des représentations en lien avec ces images.

-Repérer la diversité des messages proposés par différents médias et leurs sites ;

- Mettre en évidence règles communes et spécificités des différents médias dans le traitement du monde sportif au féminin en fonction du public ciblé.

2. Prendre conscience de la nécessité de multiplier ses sources d'information pour avoir une véritable approche de la complexité du monde dans lequel évolue le sport

3. Croiser des regards et des pratiques en allant à la rencontre de sportives , d'arbitres femmes, de femmes responsables de sport ou d'enseignantes en EPS

4. Découvrir des stratégies de communication visuelles du sport féminin et les mettre à distance . Questionner le fonctionnement d'un message publicitaire.

En groupes

1. Identifier le message essentiel et l'angle du sujet. Peut-on définir le genre journalistique ou la stratégie publicitaire utilisé ?
2. Relever les sources utilisées (qui parle ?), les caractériser.
3. Quels sont les protagonistes (acteurs, témoins, experts) et leur mise en situation (lieu, action,…) ?
4. De quelle nature sont les images ? (images sonores en radio, rapport images et sons en télévision, photographies de presse, montage à visée « esthétique »...) et quel est leur sens ? Cette étude peut être approfondie dans une deuxième séance en observant finement, le cadre, la mise en page, les couleurs, la légende…
5. Caractériser le mode de traitement du sujet et son sens général. Quel est le point de vue du journaliste ? Du publicitaire ? Et le vôtre ?

Mettre en commun

La mise en commun peut se faire sous forme d'un débat dans la classe. Elle permettra de réfléchir à la ligne éditoriale d'un média ainsi et au pluralisme des opinions .

Prolongement

Renouveler ces observations comparatives facilite une réflexion sur les pratiques des journalistes d'images : aujourd'hui le journaliste reporter d'images part seul en reportage, chargé de produire à la fois un document vidéo (en assurant seul la prise d'images, de sons et le montage), un article (papier et internet), parfois un son (pour une diffusion séparée).

Deux activités lecture écriture en classes-presse sur l'image des sportives

Activité 1

Un travail de décryptage possible consiste à construire un dossier d'images sur un thème donné et à analyser comment celui-ci se décline.

Déroulement de l'activité

Étape 1

Partir sur les représentations initiales des élèves, à partir d'une séance d'échange ou de brainstorming.

- *Comment pensent-ils que la sportive est représentée dans les médias et pourquoi ?*

Étape 2. Repérage dans la presse et les médias

Recensement et découpage d'un grand nombre d'images (illustrations d'articles, de publicité, de photographies célèbres) se rapportant au thème. Prendre en compte les légendes ou les slogans accompagnant ces visuels.

Analyser :

1.Qui fait voir ?

Objectif : s'interroger sur la source des images.

2.Comment ?
Objectif : Aborder les éléments essentiels de l'analyse de l'image d'actualité et de l'image publicitaire

a. Décrire les éléments d'une des photographies : cadre, couleurs, composition, personnages…

- *Peut-on découvrir le point de vue du photographe ? Du publicitaire ou de l'agence de communication ? Du club ou de la fédération sportive ?*
- *Quelles sont les fonctions des légendes ou du texte : ancrage, redondance, relais ? Participent-elles à la construction du discours ?*

3. Quoi ?

Objectif *:* Dégager les constantes et les variations dans les sujets traités.
Quels sujets apparaissent le plus souvent ? Pourquoi : rhétorique la plus utilisée, effets de réel, instantanéité… ? Recul sur l'évènement ? Renforcement des préjugés ou des stéréotypes ?

4. Pour quoi ?

Objectif : Donner les finalités des images d'information et des images publicitaires ou de communication.

Trouver un exemple pour chacune de ces fonctions :

— informer et aider à comprendre ;

— susciter une émotion ;

— créer du lien social, de la culture commune ;

— provoquer des réactions, un engagement… ;

— divertir...

La mise en commun des recherches et des réflexions peut se faire oralement et donner lieu à une discussion mais aussi à une synthèse écrite.

Étape 4 Recoupement, rapprochement, classement des images

Les élèves procèdent à des rapprochements d'images et établissent des catégories.

Étape 5 Constitution du dossier et débat

Échanger avec les différents groupes sur les catégories relevées.

Proposer aux élèves de noter les sujets sportifs qu'ils retrouvent régulièrement dans les journaux, qu'ils connaissent ou qu'ils ont vus ou entendus dans les journaux télé ou radio.

Faire la part de ceux qui :

• reviennent à date fixe et se rattachent à l'actualité du moment ;

.ont un caractère intemporel

- *Des catégories sont-elles manquantes ou peu représentées ?*

- Faire apparaître les différents supports , les classer par catégorie (photo de une, publicité, affiches...) et identifier leur objectif (informer, vendre, choquer...).
- Sélectionner des documents les plus significatifs de chaque catégorie. En discuter. Construire le dossier d'images à partir de ces catégories(nature du visuel, cadrage et effets induits, rapports de surface texte/image, impact de la photo...)
- Dégager les constantes observées et s'interroger sur leurs objectifs. Confronter le résultat aux représentations initiales.
- Animer un débat sur le rôle et le pouvoir des images : informer, argumenter, intriguer ou frapper l'imagination, témoigner d'une recherche esthétique, illustrer un article ou ... faire vendre.
- Comparer avec l'emploi des photos de unes d'un quotidien d'actualité pour mesurer la différence dans les objectifs visés.

Prolongements

a. Travailler sur une image du sport en particulier, sa construction, son efficacité, mais également le contexte dans lequel elle est utilisée.

b. Débattre avec un ou des professionnels journalistes. Rencontre avec le journaliste-parrain :

Une rencontre avec un journaliste peut être l'occasion de l'interroger sur la difficulté ou non de traiter un « l'actualité sportive », et sur le travail en amont que nécessite ces types de sujets pour les rédacteurs.

Susciter un questionnement sur les sujets proposés pour comprendre le monde du monde du sport :

• Rejoignent-ils les préoccupations des lecteurs ou leurs attentes ?
• Sont-ils représentatifs d'un rituel ?
• Créent-ils du lien social ?
• Ont-ils des incidences commerciales : pour le journal, pour le sport en général… ?
• Sont-ils les révélateurs d'une non-actualité du moment ?

Proposer aux élèves de noter les sujets qu'ils retrouvent régulièrement dans les journaux, qu'ils connaissent ou qu'ils ont vus ou entendus dans les journaux télé ou radio.

Faire la part de ceux qui :

-reviennent à date fixe et se rattachent à l'actualité du moment ;

- ont un caractère intemporel.

Activité 2

En classes-presse Décrypter les affiches et encarts publicitaires insérés dans les journaux évoquant le sport féminin et les attitudes corporelles représentées.

Constituer (si ce n'est déjà fait) un corpus d'affiches et d'encarts publicitaires mettant en scène le sport féminin. Cette analyse des stéréotypes peut être complétée par l'étude d'un corps mettant en scène le sport « masculin » .

Objectifs spécifiques Analyser le contenu de messages publicitaires.
• S'interroger sur les systèmes de valeurs implicites de ces messages et dégager les stéréotypes mis en oeuvre.
• Mettre à jour les stratégies de marketing employées et leurs limites morales et éthiques.

Les stéréotypes sexués dans la publicité

Les images de la publicité mettent en scène des rôles sexués différemment selon qu'elles s'adressent aux femmes ou aux hommes. La lecture de quelques-unes d'entre elles a pour

enjeu de faire prendre conscience des stéréotypes sexués utilisés par les publicitaires et les clubs sportifs .

Déroulement identique et travail par groupes (mixtes si possible..)

1. **Des stéréotypes**

   Les groupes s'appuieront particulièrement sur l'observation :
   • des corps féminins : comment les uns et les autres sont-ils cadrés, mis en valeur par l'éclairage, les vêtements, le décor, etc. ? Les élèves s'efforceront à chaque fois de qualifier leur objet d'analyse : un corps banal, élancé, lisse, sexy, etc. ;
   • des attitudes générales : quelles sont les valeurs associées aux femmes et celles associées aux hommes ? On pointera l'opposition fréquente entre la fragilité et la passivité des premières et les postures plus dominatrices et actives des seconds ;
   • des rôles sociaux : quelles activités ou fonctions (au sein de la famille, notamment) les femmes représentées dans les pubs exercent-elles ? Et les hommes ?

Il s'agira, au terme de ce travail d'analyse, de définir les termes cliché, stéréotype et sexisme. On amènera les élèves à exprimer leur adhésion ou leur opposition à ces stéréotypes repérés.

2. **Des stratégies publicitaires**

   Les élèves s'interrogeront sur les destinataires de chacune des affiches, pubs analysées (en fonction du sport). Les personnages présentés sur ces images ressemblent-ils aux « vrais » sportifs ou sportives ou sont-ils sur-valorisés, « rêvés », fantasmés ? Quels messages les concepteurs de ces publicités cherchent-ils donc à faire passer ? La publicité est-elle un reflet de la société ?
   Avec de plus grands élèves, une réflexion sera conduite sur le thème de l'érotisme et de la nudité des corps dans les publicités. On s'appuiera sur des images qui présentent un corps dénudé sans que le sport concerné le légitime : Quel message implicite ces pubs et ces affiches appartenant au domaine sportif vendent-elles ? Comment les élèves ressentent-ils cette utilisation du sexe dans la pub ?
   Ces représentations de « femmes objets » (ou d'« hommes objets ») leur paraissent-elles admissibles, aguicheuses, machistes, dégradantes ?

3. Prolongement

Chacun des groupes imaginera un sport dont la publicité ciblerait exclusivement les garçons, puis un sport pour les filles. Ils concevront les grandes lignes d'une stratégie publicitaire qui rendrait le sport attrayant pour le sexe opposé (collage, dessin, photo, texte, slogan). Ils devront aussi envisager l'espace publicitaire dans lequel cette publicité aurait sa place : quel type de journal ou de magazine ? quel espace public et urbain ?
On pourra aussi leur demander de concevoir une contre-publicité (parodie, caricature) qui démonterait la stratégie publicitaire fondée sur les stéréotypes masculins et féminins repérés dans les analyses précédentes.

Quand montrer n'est pas informer.

Exemple d'un corpus d'affiches sur le thème des sports féminins

Débattre et confronter des points de vue : l'archétype de la sportive : au mieux...le talon-aiguille ?

L'immense majorité de ces affiches auraient un but inavoué : rassurer. Rassurer les femmes, leur entourage, les parents.. Les rassurer sur le fait que, quel que soit le sport pratiqué, elles ne perdront pas leur féminité. Plus les sports sont connotés masculins (foot, rugby) plus cela semble indispensable d'après les communicants.

Plusieurs techniques pour cela.

La première, la plus fréquente peut - être, consiste à utiliser ce qui est aujourd'hui (et ne me demandez pas pourquoi) l'un des archétypes de la féminité : le talon aiguille. En gros le message est le suivant :"talons aiguilles et chaussures de sports sont compatibles ; l'un n'empêche pas l'autre".

Très souvent seule la chaussure suffit à évoquer l'idée de femme,peu montrent des visages de sportives et à peine leur corps.

Ce n'est pas de l'histoire ancienne : parmi ces affiches plusieurs sont de cette année...

Document N° 1

Document N° 2

Document N° 3

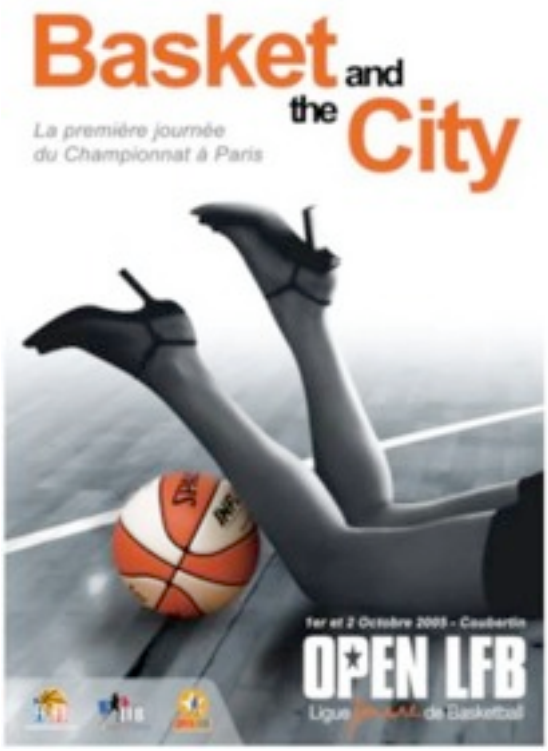
CRAMPONNEZ VOUS MESDAMES
MARDI 8 MARS 2011
TOURNOI DE FOOTBALL FÉMININ EN SALLE
Organisé par l'Association Avenir Sportif de Genay
Espace Henri Vicard à Genay
(Rue des Ecoles)
de 13H à 18H
10 équipes (7 joueuses / équipe)
A partir de 16 ans
Lots à gagner et collation offerte aux participantes
Inscription gratuite et informations par mail :
cramponnezvousmesdames@hotmail.fr

Document N° 4

Document N° 5

7
7° TOURNOI
PARIS ILE DE FRANCE
HANDBALL FEMININ
20/21/22 novembre 2009
Stade Pierre COUBERTIN • PARIS 16
Réservations : 01 46 44 87 68 • Ligue PIFO handball

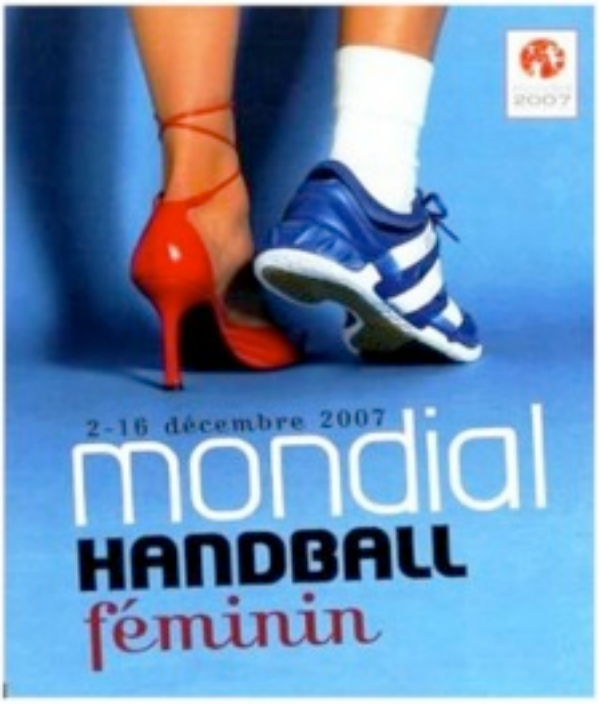
Document N° 6



Document N° 7

Document N° 8

Document N° 9



Document N° 10

Document N° 11

Document N° 12

« La campagne de communication 2011 nominée au Grand Prix Stratégies Amaury Media du Sports

Stratégies en partenariat avec Amaury Media organisa chaque année le Grand Prix Stratégie Amaury Media du Sports. Cet événement a pour objectif de valoriser le meilleur de la communication menée par les marques utilisant le sport au travers de campagne de publicité. Cette année le Jury n'est pas resté insensible à l'audace, l'originalité et l'équilibre de la campagne de communication du tournoi qui a été nominée dans la catégorie "Publicité Extérieure" arrivant ainsi deuxième de la catégorie.

"*Au delà du sport, la séduction est un atout de choix. Tennis et glamour enlacés, l'Open GDF SUEZ de Cagnes-sur-Mer Alpes-Maritimes a réussi avec sa campagne de publicité et sa communication une élégante union des valeurs du tennis féminin de haut niveau.*"
Edouard-Vincent CALONI
Directeur de la Communication et du Marketing de la FFT
Membre du Jury http ://www.opendecagnes.com/

Document N° 13

Document N° 14

Le basket club de Bourges. Le foot en talons aiguilles ? Et maintenant la boxe en mini-jupe ?
"Et maintenant, les boxeuses aussi devront porter des jupes!"
"La journée de la jupe, passe encore, mais là, vraiment... À en croire les têtes (bien) pensantes du sport, 2012 devrait carrément être l'année de la jupe. Obligatoire. «Mandatory», comme ils

disent. Après le badminton, souvenez-vous , c'est maintenant au tour de la boxe. Féminine, qui, rappelons-le ici, sera olympique dès l'année prochaine à Londres. Eh bien à cette occasion, l'association dirigeante de la discipline, l'AIBA (Amateur International Boxing Association), exige que les compétitrices portent des jupettes. Exclusivement. Allons bon, voilà qu'on nous la refait à l'envers.

Et cette fois, côté «arguments», c'est le pompon. Comme l'a expliqué le président de l'AIBA, le Docteur Ching-Kuo Wu : «J'ai très souvent entendu des gens dire : "on ne fait pas la différence entre les hommes et les femmes", puisqu'ils arborent les mêmes tenues et portent un casque.» Que ces messieurs-de-là-haut n'aient pas ouvert un tome de l'œuvre de Judith Butler on s'en serait douté mais qu'ils n'aient même pas lu le Petit Spirou histoire d'être au courant des différences entre filles et garçons, alors là... Flippant, dites-vous ? Exactement. Car, résumons donc : les femmes qui boxent en compétition devront combattre en jupettes pour que l'on sache que ce sont des femmes. Jupettes dessinées par l'AIBA, qui plus est."

http ://www.tetu.com/actualites/inte...

Prolongements...

Enquêter au collège, dans vos clubs, dans la famille

- *Qui dans le sport se mobilise contre le sexisme ? Comment ?*
- *Comment ces actions engagent-elles la responsabilité de tous ?*
- *Quelles sont les pratiques mises en place en EPS ? Qu'en pensez-vous ?*
- *Présentez deux changements qui permettraient une égalité réelle entre les femmes et les*

Débattre

- *Que faire pour que l'égalité entre les femmes et les hommes soit réelle dans le sport ?*

- Présentez deux changements qui permettraient une égalité réelle entre les femmes et les hommes dans le sport.

Pour prolonger la réflexion...

Représentations des sportives : évolutions et traitement médiatique.

Mots-clés : Représentation médiatique, femmes sportives, construction d'information, système

d'interactions, presse écrite

Sportives en histoires

1. Les sports féminins

Représentations :

En dépit de l'évolution des connaissances scientifiques et de la remise en question de la fragilité des femmes, certaines représentations demeurent,expliquant la féminisation relative des pratiques sportives, a fortiori compétitives, depuis les trente dernières années.
On notera par ailleurs l'abus de langage, propre au sport féminin, qui consiste à désigner les sportives sous le terme de « féminines » (qui renvoie à la féminité), et non de femmes ou de pratiquantes.
Dans le monde du sport comme ailleurs, l'égalité entre les sexes passe aussi par le choix des mots et d'un vocabulaire destinés à identifier les individus sans les discriminer.
Le sport s'implante en France à la fin du XIXe siècle sur le modèle des pratiques britanniques développées déjà un demi-siècle plus tôt.
Jusqu'à la Première Guerre mondiale, les femmes n'ont quasiment pas accès à ces activités.
Toutefois, elles sont tolérées dans quelques pratiques qui, aux yeux de la communauté sportive, des milieux scientifiques et médicaux et, plus généralement, de l'opinion, sont présentées comme des « sports féminins » sans véritable justification.
Ces activités jugées plus appropriées à la nature féminine sont alors de quatre types :
- celles qui ont lieu loin des regards, c'est-à-dire loin des centres urbains, comme l'alpinisme par exemple, très tôt féminisé au sein du Club alpin français ;
- celles qui respectent les normes de la santé en valorisant des exercices dosés, lents et contrôlés, comme la gymnastique : une Union française de gymnastique féminine (UFGF) est ainsi créée en
1912 à Lyon ;
- celles qui relèvent du style de vie des milieux de la haute bourgeoisie et de l'aristocratie, mais dont l'orientation compétitive est alors quasiment inexistante, comme le montrent les images de joueuses de tennis, de cavalières ou d'escrimeuses de l'ouvrage « Les femmes de sport » (1885) du baron de Vaux ;
- celles qui mettent en valeur l'esthétique et la beauté des femmes, comme la danse ou encore la natation qui possède ses propres clubs féminins à partir de 1905.

Dans l'entre-deux-guerres, l'essor du basket, en particulier au sein des patronages catholiques, ajoute un sport collectif à la liste des « sports féminins » : l'absence de contact est jugée conforme à la nature non-violente des femmes et les extensions provoquées par les tirs et les passes sont censées développer une taille élancée et de « bonnes » attitudes corporelles.

Les représentations qui ont touché initialement le sport féminin traversent tout le siècle sans véritable rupture. Aujourd'hui encore, il est supposé, sans aucun fondement, que les femmes doivent plutôt pratiquer des activités qui développent l'esthétique et la santé, et des activités sans chocs ni violence.

Bien que les sports présumés les plus appropriés aux populations féminines aient considérablement évolué et n'aient plus grand chose à voir avec les caractéristiques de leurs premières années, ils demeurent aujourd'hui les plus investis par les femmes. Les fédérations de sports olympiques où la présence des Françaises est la plus importante sont celles dans lesquelles les stéréotypes de la féminité fonctionnent le mieux : la gymnastique sportive (76% de femmes) et les sports équestres (66%).

Sportives en histoires

2. Les sports masculins

Représentations :

Si l'investissement des femmes dans des activités de tradition masculine est désormais possible, les stéréotypes, eux, persistent et s'accompagnent souvent d'une invisibilité ou d'une absence de reconnaissance des sportives, voire même d'un soupçon d'homosexualité. La parade, pour certaines d'entre elles, consiste alors à (ré)affirmer leur féminité à la sortie du

stade, à travers le maquillage ou les vêtements ; un moyen, sans doute, de séduire et d'assurer la promotion de l'activité, ou de rassurer…

Bien que le sport ait été dès ses origines une affaire presque exclusivement masculine dans ses pratiques, ses valeurs et institutions, certaines activités ont été jugées plus « viriles » et donc encore plus adaptées à la définition idéale de l'Homme à la fin du XIXe siècle.
Ces pratiques présumées typiquement masculines étaient associées à l'une ou l'autre des caractéristiques suivantes : elles étaient plus violentes (boxe, rugby, water-polo), plus techniques
ou plus technologisées (course automobile), plus ouvertes sur les grands espaces (voile) ou sollicitaient plus de ressources physiologiques (haltérophilie, courses d'endurance) que d'autres
sports.

Mais certaines femmes ont refusé d'être mises à l'écart. Elles ont démontré qu'il n'y avait objectivement pas plus de « sports masculins » que de « sports féminins » et que la nature n'avaient pas fait les hommes plus violents et les femmes plus serviles.

Les pionnières ont cependant eu à résister à de fortes critiques.
Le cyclisme cumule par exemple une bonne partie des accusations qui leur sont opposées au début du XXe siècle : la vitesse est une valeur trop moderne pour être laissée aux femmes ; la position
assise sur la selle est dénoncée comme susceptible d'échauffer les organes intimes ; la capacité à découvrir de nouveaux territoires est jugée inadaptée à une femme dont l'espace doit rester celui du
foyer dans le cadre du mariage.

Au cours du siècle, ces représentations sont demeurées largement dominantes, expliquant pourquoi les sports associés aux stéréotypes les plus éculés de la masculinité ont fait l'objet des
résistances les plus fortes de l'Institution sportive.

La Fédération française de cyclisme n'accorde de licences aux femmes que depuis 1959. Il faut attendre 1970 pour le football, 1984 pour l'haltérophilie, 1989 pour le rugby et 1997 pour la boxe.

En athlétisme, les disciplines les plus « masculines » se féminisent encore plus récemment : le saut à la perche et le marteau féminins paraissaient totalement inimaginables dans les années 1940, tant
ils étaient en rupture avec les modèles traditionnels de la femme : la force masculine contre la grâce féminine pour le marteau ou l'acrobatie, le risque, l'instrumentation est le symbole de l'élévation,

toutes choses idéalement masculines dans le cas de la perche.

Mais les stéréotypes sont bien ancrés et les sports « masculins » demeurent toujours très faiblement féminisés, notamment en football, rugby, boxe et cyclisme.

Sportives en histoires
3. Les performances

Représentations :
Concilier corps féminin et performance n'est pas seulement une préoccupation du XXe siècle. Si les tests de féminité disparaissent à la fin des années 1980, l'angoisse vis-à-vis des sportives dont le corps performant échappe aux standards de féminité, reste latente et se manifeste parfois au détour des commentaires ou journaux sportifs.

En revanche, l'intérêt des médias pour les sportives à la fois performantes et « féminines », nouvelles égéries du XXIe siècle, apparaît autant comme une volonté de présenter la réussite sportive qu'un rappel des normes de féminité à atteindre.

La quête de records et de performances, illustrée par la célèbre formule « plus vite, plus haut, plus fort », est aussi celle d'une lutte et d'une conquête pour les femmes, depuis l'implantation du sport en France à la fin du XIXe siècle.
Prisonnières d'un destin social qui les renvoie aux fonctions de mère et d'épouse,les femmes sont, au cours du XXe siècle, prioritairement orientées par le corps médical, scientifique et/ou sportif, vers des activités physiques modérées, méthodiques et contrôlées, loin des excès du sport et de la compétition.

Avant la Première Guerre mondiale, seules quelques pionnières s'aventurent alors sur le sentier de la performance. Certaines nageuses, par exemple, profitent des vertus esthétiques et hygiéniques attribuées à la discipline pour s'engager, dès la création des premiers clubs, dans des épreuves de traversées de villes, défiant les hommes sur leur propre terrain et remettant ainsi en question le postulat de leur fragilité.

« La femme n'est point faite pour lutter, mais pour procréer ». Ce propos du docteur Boigey en 1922 est à l'image des représentations dominantes du sport féminin dans l'entre-deux-guerres.

Compétition et recherche de performance sont considérées comme inesthétiques, dangereuses, voire contre-nature, pour le sexe que l'on dit « faible », au point que l'Institution sportive se montre

méfiante à l'égard de ces pratiquantes : certaines fédérations refusent leur intégration (cyclisme, football ou rugby), d'autres proposent un règlement spécifique valorisant l'approche modérée, hygiénique et esthétique de l'activité(barette plutôt que rugby, jeu de ballon plutôt que football, distances plus courtes en athlétisme…). La Fédération des sociétés féminines sportives de France (FSFSF), dirigée par Alice Milliat dès 1919, est alors la seule à

affirmer son orientation sportive et à rompre avec le principe de modération et d'esthétique. Jusqu'en 1936 et la disparition de cette fédération, c'est en marge des manifestations sportives « masculines » que l'engagement sportif et les performances des femmes peuvent s'exprimer et s'éprouver.

Au niveau international sont même créés, en 1922, des « Jeux olympiques féminins » pour permettre aux femmes de se mesurer au plus haut niveau. Ils disparaissent à l'issue de leur quatrième édition en 1934.

Les années d'Occupation ne renouvellent pas les représentations dominantes du sport féminin. Au contraire, les activités épousant la conception traditionnelle de la femme-mère et femme-épouse sont valorisées, au détriment de la compétition sportive.

En dépit des performances de Micheline Ostermeyer lors des Jeux olympiques de Londres en 1948, le changement dans les représentations n'intervient pas avant les années 1960 et la prise de conscience de l'intérêt des performances des femmes dans la course aux médailles, stimulée par le modèle plus égalitariste des sociétés communistes en ce domaine. Et tandis que la France célèbre une nouvelle génération de championnes (« Kiki » Caron, Marielle Goitschel, Colette Besson, …), les premiers soupçons se posent sur les résultats des sportives du bloc de l'Est, et sur les modifications corporelles de certaines d'entre elles.

Sous prétexte de garantir l'égalité des chances entre concurrentes, des « tests de féminité » sont alors imposés aux sportives jusqu'à la fin des années 1980 (puis des tests d'ADN la décennie suivante), témoin de la peur de l'androgynie et d'une masculinisation du corps féminin sous l'effet d'une pratique sportive intensive.

Les résistances culturelles et institutionnelles cèdent malgré tout peu à peu depuis les années 1980, permettant aux sportives d'investir des épreuves et/ ou activités jusque-là interdites : marathon en 1980, haltérophilie en 1984, rugby en 1989, boxe en 1997 ou 3000 mètres en 2000.

Leurs performances, en revanche, restent souvent étalonnées sur celles des hommes ; ce qui n'empêche pas certaines sportives, à l'instar de Jeannie Longo, de battre des records que peu de leurs homologues « masculins » peuvent atteindre.
(source : Sport, éducation, mixités, citoyenneté CREPS SUD-EST - www.semc.fr)

Pour poursuivre la réflexion...et débattre en classes-presse.

Selon les chiffres du CSA, sur les 1800 journalistes sportifs recensés à l'union syndicale des journalistes sportifs (l'USJF), 90 sont des femmes, soit 5%. Ce chiffre représente, certes une énorme avancée, car il y a dix ans elles n'étaient que 2% ; mais on peut se demander si, seules, elles seront en mesure de faire évoluer la médiatisation du sport féminin, dans un contexte masculin où les mentalités du sport sont le reflet des mentalités sociales.

Les journalistes sont-ils réfractaires aux articles mettant en scène des sportives.... ou plus prosaïquement, savent-ils que ça ne paie pas ?

Une analyse du phénomène sportif ne peut se passer d'une approche en termes de « représentations »

multiplier les angles d'observation

élargir sa réflexion par la recherche de mots clés autour du thème « le sport dans tous ses états »

Les débats actuels sur le sport offrent un reflet des espoirs et des peurs quant à l'avenir de notre société. Doit-on craindre que les problèmes rencontrés (relation à l'argent, dopage, violence, vedettariat parfois douteux..) révèlent la perte des valeurs sociales ou peut-on continuer de voir dans le sport une des formes positives que peuvent prendre les rapports humains ?

Mots-clés et entrées dans l'écriture (interviews, portraits, billets, reportages photos, brève)

-culture physique, santé, plein air, modes, plaisir

- normes, règles, arbitrages, sanctions, victoire, élimination, dopage
- -équipe, intégration, club, fédération, supporters, coach, transfert, professionnel, amateur
- -fair-play, esprit d'équipe, olympisme
- -entraînement, effort, performance, dépassement, émulation, recherche, innovations-économie du sport, infrastructure sportive, métiers
- -évènement collectif, foule, liesse populaire, spectacle, rituel, héros, idôles, vedettariat, bénévolat
- consoles de jeux, jeux vidéos, jeux virtuels

Activités d'analyse et d'écriture en classes-presse

- *les élèves constituent leurs propres corpus en découpant (dater et indiquer la rubrique et le nom du journal) des photographies sur le thème le sport dans tous ses états. Ils titrent à partir d'un mot-clé ci dessus ...et d'autres!*
-

Lecture collectives de photographies de presse « le sport dans tous ses états ».

Il s'agit d'appréhender les relations du sport à la presse et aux médias et de la presse au sport en replaçant la presse écrite et les médias dans le fonctionnement d'une structure organisée , en évaluant les effets de médiation et de configurations inhérents à la diffusion de la culture sportive et aux enjeux (culturels, politiques, sociaux, économiques, professionnels et corporatistes) que suppose cette diffusion au moment où les journaux apparaissent non plus

seulement comme les rapporteurs du spectacle sportif mais bien comme des partenaires privilégiés dans le champ des pratiques physiques et sportives.

L'objectif poursuivi par la lecture collective est de rendre les élèves capables de :
- d'exprimer ses ressentis
- de conduire une description complète de la photographie (dénotation)
- de mettre en relation ses ressentis et les codes utilisés (interprétation)
- de confronter son interprétation à celles des autres

Modalités pédagogiques
Afficher au tableau, l'une après l'autre, les photographies ou les projeter sur un écran. Laisser du temps à l'observation et à l'analyse des différentes étapes de mise en commun et de débat. En fonction des objectifs poursuivis, dans le cas d'une lecture croisée,on peut proposer deux photos en confrontation pour rechercher les éléments thématiques dans différentes photos.

Étape 1 Exprimer le ressenti
- monter la photo sans consigne si ce n'est ...être attentif et silencieux
- demander aux élèves de noter par écrit :
* une chose qu'ils ont retenue de la photographie,
* l'impression qu'elle dégage ou le ressenti qu'ils en ont en la découvrant.
Cette étape est importante; elle permettra, dans la phase suivante, d'éviter l'effet de mimétisme avec ce qu'un autre aura dit précédemment.
- communication au groupe et mise en commun au tableau classer les réponses dans deux colonnes (« ressenti » et « description »)
Accepter toutes les réponses, sans commentaires; ne pas engager de débat dans cette première étape.

Étape 2 Décrire la photographies
-vérifier si les éléments décrivant la photographie (ceux relevés par les élèves) sont tous bien présents dans celle-ci. Apporter les corrections dans le tableau si nécessaire, en faisant supprimer de cette liste ce qui ne figure pas sur la photographie.
-compléter la colonne « description » en ajoutant des éléments qui n'avaient pas été notés. On pourra distinguer par des codes de couleurs :
- les visages, un geste, un sourire...
- les lumières, les contrastes
- les lignes
- l'organisation dans le cadre (haut/bas, droite/gauche, direction des regards..)

Étape 3 L'interprétation
- faire justifier par chacun la signification qu'il a avancée (notée dans la colonne « ressenti » du tableau) en citant un (ou des) élément(s) repérable(s) sur la photographie. Mettre en relation, terme à terme, dans le tableau, les éléments de la colonne « description ». C'est le

moment du débat dans le groupe, de la confrontation collective des diverses réceptions de la photographie.
Constater éventuellement la polysémie qui a pu apparaître lors de la première observation de la photographie. Mettre en évidence que si nous n'avons pas tous donné une interprétation identique c'est que nous avons privilégié, dans notre mémoire immédiate de la photographie, un élément plutôt qu'un autre. Constater aussi, si c'est le cas, qu'un élément est tellement fort qu'il entraîne une interprétation unanime.

Travail d'écriture

Quelques repères
Une part du choix doit être réservée à l'élève, sans laquelle un investissement réellement personnel est impossible : choix de la photographie au dos de laquelle il va écrire, choix de la forme. Un écrit est toujours amendable : le premier jet est rarement le bon. En revanche il est nécessaire à un moment donné de décider qu'on a terminé.
La lecture collective des textes, intermédiaires ou achevés, permet à l'écriture personnelle d'évoluer. Lors des commentaires, il est nécessaires de rappeler aux élèves que ce ne sont pas sur les auteurs que se portent le débat, mais bien sur les idées : c'est aussi un enjeu de l'éducation au débat et au regard critique.

Exemple de corpus

1. Sport -dopage

Javier Soriano, « Dopez-vous au lait », photographie du Tour de France 2006.AFP

La photographie proposée est datée du 2 juillet 2006 .

Pour analyser
- décrivez ce que vous voyez sur la photo en mettant en évidence les différents plans.
- faites ressortir les différentes oppositions présentes sur l'image.
- sur quels aspects du sport et du dopage la photo conduit-elle à réfléchir ?

> *Confronter vos points de vue et enquêter sur la perception du dopage dans votre entourage sportif ou pas.*

2. ***Sport-argent- violence***

Affiche publicitaire pour le match de rugby au stade de France (26/03/ 2011)

De plus en plus les compétitions sportives sont annoncées par des affiches publicitaires dont l'objectif est d'attirer les spectateurs dans le stade.

Pour analyser

- Décrivez précisément ce que vous voyez sur l'image et expliquez comment sont structurées ses composantes.
- À quel(s) univers les personnages représentés semblent-ils appartenir ? Donnent-ils réellement l'impression de jouer ?
- À partir des réponses aux questions précédentes et d'une étude des couleurs, identifiez les arguments utilisés par le publicitaire pour atteindre sa « cible ».

Dans votre quartier, votre club ou votre fédération sportive, quelle est la dernière affiche sportive diffusée que vous avez vue et lue ? Quel sport met-il en avant ? Comment ?

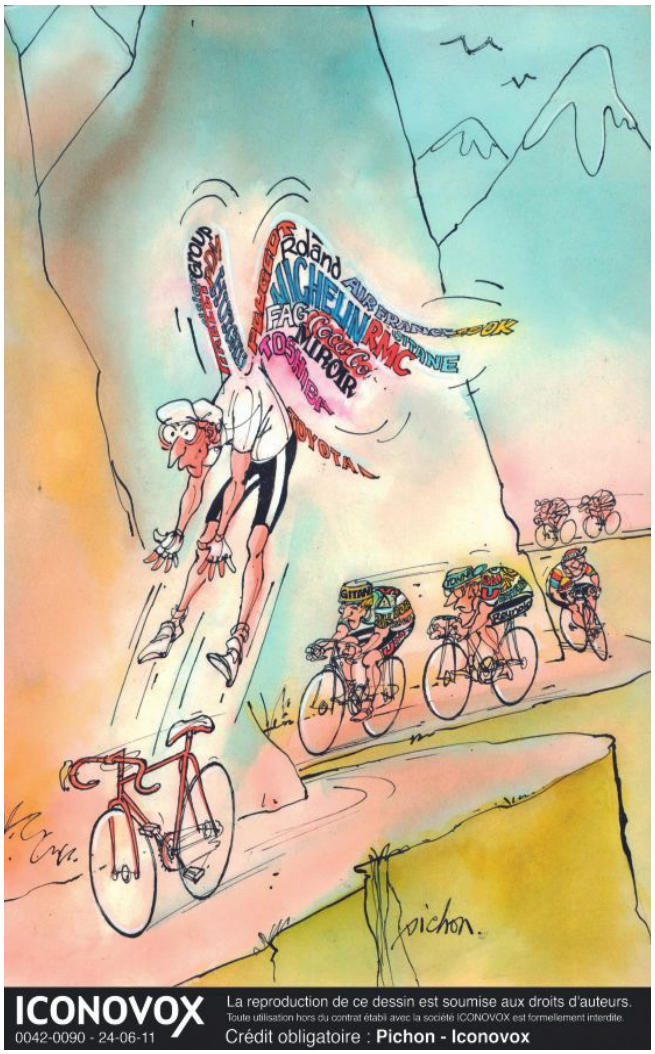
3. *Les relations entre* ***le monde du sport et l'argent,*** *par le biais de la publicité inspirent de nombreux dessinateurs. Pichon évoque dans un dessin de presse (2004), l'aide apportée par le sponsoring dans le cadre du Tour de France.*

Pour analyser

- Quels éléments du dessin permettent d'identifier et de situer la scène ?
- Quelles significations attribuez-vous à la représentation du premier coureur et de ce qui lui arrive ?
- Étudiez les caractéristiques du dessin : couleur, lignes, traits. En quoi pourrait-on parler d'une certaine « poésie » ? En quoi ce choix sert-il l'idée exprimée ?

Débattez : la publicité et le sponsoring « *donnent -ils des ailes* » aux sportifs ?

Regardez dans vos journaux (ou à la Télé) les images sportives et établissez une liste des différents supports de publicité. Classez ensuite ces supports selon qu'ils se rapportent ou non au sport considérée



Doc L'argent fou du sport-spectacle...

« Droits de télévision, sponsoring, budgets, transferts... grâce à la télévision, le sport business n'a jamais été si florissant. Le 9 juillet 2006, lors de la dernière finale de la Coupe du monde de football, organisée en Allemagne et retransmise en France par TFI, les trente secondes de publicité ont été vendues par la première chaîne de télévision 250 000 euros. Les salaires des footballeurs ont atteint des niveaux astronomiques; aujourd'hui, les stars du football gagnent plus de 10 millions d'euros par an. Mais l'inflation a touché toutes les disciplines sportives et l'échelle des salaires ne connaît apparemment pas de limites.

Quelques records

40 000 euros

-la récompense d'un athlète français médaillé d'or au JO d'été
-ce que gagne chaque jour Zinédine Zidane
-le prix d'un spot de publicité pendant la finale de Roland-Garros sur France 2.

500000 euros

-le prix attribué au cheval gagnant du prix d'Amérique
-le prix de deux spots sur TF1 lors de la finale du Mondial de foot si la France est qualifiée
-le salaire annuel de Frédéric Michalak, le rugbyman le mieux payé de France.

600 000 euros

-le coût de revient d'un but marqué par Djibril Cissé la saison dernière
-trois ans de location d'une grande loge au Stade de France.
-la moitié du déficit annuel du club de foot de Bordeaux.

800 000 millions

-le budget annuel de l'équipe de cyclisme de Bouygues-Garros
-ce que verse BNP-Paribas pour parrainer Rolandè-Garros
le tarif annuel payé par Emirates Airlines pour donner son nom au stade d'Arsenal.

240 millions

-ce que dépense Renault chaque année en Formule 1
-dix ans de budget de la Fédération française de judo
-trois années de salaire du golfeur Tiger Woods, le sportif le mieux payé du monde.

Source : Barbotin (2006) *Challenge*, « *l'argent du sport* », 1er mai 2006.-

4. **Sport-spectacle -argent- droits de transmission – violence** Plantu, dessin extrait du recueil *Wanted* (2001).

"Le match, chers télespectateurs, est particulièrement serré, et c'est dans une atmosphère enfievrée que les équipes de dirigeants de clubs, d'actionnaires et de créanciers s'affrontent en s'insultant copieusement. Mais!! Que vois-je devant mes yeux ébaubis?? Un partenaire shoote dans une valise pleine de billets qui rebondit sur un faux-passeport et qui (oh! mon Dieu!) atterrit dans les buts du Conseil d'Etat!! C'est la panique!!"

Observateur toujours critique de la vie sociale et politique, le dessinateur Plantu fait réfléchir par la force de ses dessins sur des fonctionnements et des pratiques répréhensibles qui ont progressivement envahi le sport-spectacle.

Pour analyser

- Décrivez ce qui figure sur le dessin et précisez la nature du texte qui l'accompagne
- Sur quelles pratiques critiquables le dessinateur met-il l'accent par le cumul du dessin et du texte ?
- Qu'est ce qui fait la force du document ?

☒ - *Cherchez les différents dessins de presse faisant référence au sport ; présentez-les à la classe en les commentant.*

5. **Sport- pays riche- pays pauvre- violence**

Berth, Paris-Dakar (2010).

Le Paris-Dakar est un rallye initialement organisé en Afrique de l'Ouest. Depuis 2009 il se déroule en Amérique du Sud (Argentine et Chili), provoquant, comme en Afrique, des accidents qui remettent régulièrement en question son existence. C'est là un autre aspect de la violence sportive que souligne le dessinateur Berth

Pour analyser

- Décrivez l'image et identifiez la violence dont il est question
- Précisez la tonalité (le registre) du dessin et expliquez sur quoi repose son efficacité.
- La pratique dénoncée est-elle spécifique au sport ?

☒ *Indiquez l'itinéraire actuel du Paris-Dakar nouvelle formule. Quelle est la nature géographique et la situation économique des pays traversés ?*

6. Sport - sports virtuels - quand ma ou mon prof de sport est ma WII...

Tony Avelar, joueur de base-ball devant sa télévision (2010), photographie

Enquêtez sur les sports virtuels et trouvez un témoin qui raconte sa pratique et donne son point de vue sur les intérêts de ces nouvelles pratiques sportives pour jeunes et moins jeunes.

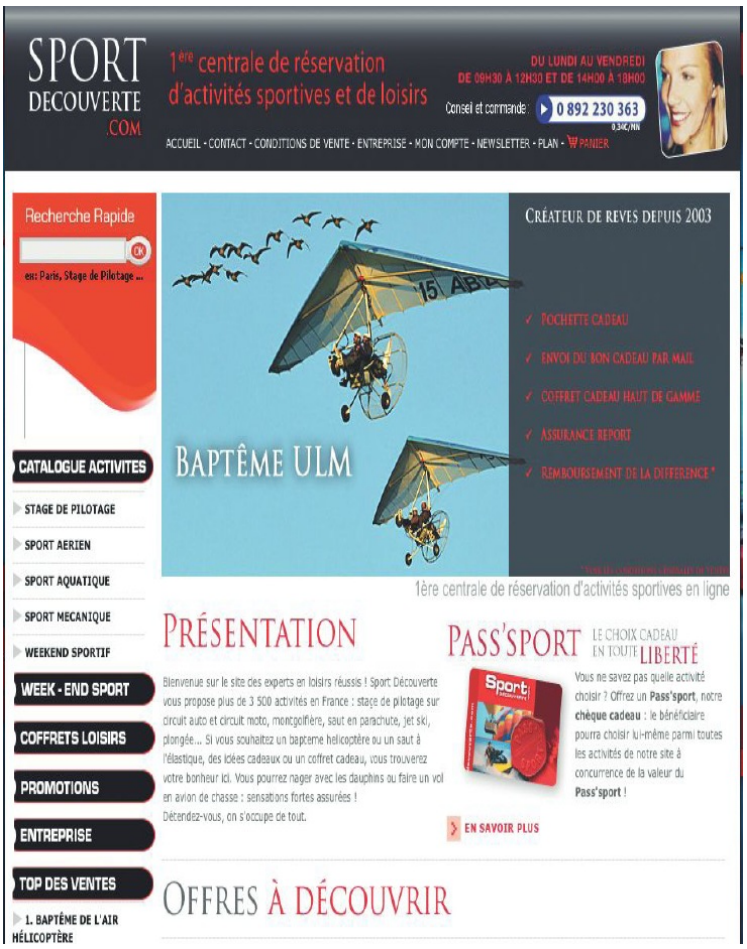
7. **Sport - pouvoir - politique Affiche du Film de Clint Eastwood *Invictus* (2009)**

Pour analyser...

- Énumérez les différentes composantes de l'image.
- Comment est traduite, dans la composition de l'affiche, l'importance accordée à chacune des composantes humaines ? Quelles en sont la signification et la portée symbolique ?
- Sur quel(s) pouvoir(s) du sport l'image met-elle l'accent ?

Sport - équipement et infrastructure - métier - environnement naturel - recherche du risque

Vol en ULM, page d'accueil du site Internet sport - découvertes.com. (page d'accueil 2011)


SPORT
DECOUVERTE
.COM
1ère centrale de réservation
d'activités sportives et de loisirs
DU LUNDI AU VENDREDI
DE 09H30 À 12H30 ET DE 14H00 À 18H00
Conseil et commande :
0 892 230 363
ACCUEIL - CONTACT - CONDITIONS DE VENTE - ENTREPRISE - MON COMPTE - NEWSLETTER - PLAN - PANIER
Recherche Rapide
ex: Paris, Stage de Pilotage ...
CRÉATEUR DE REVES DEPUIS 2003
POCHETTE CADEAU
ENVOI DU BON CADEAU PAR MAIL
COFFRET CADEAU HAUT DE GAMME
ASSURANCE REPORT
REMBOURSEMENT DE LA DIFFERENCE *
BAPTÊME ULM
CATALOGUE ACTIVITES
STAGE DE PILOTAGE
SPORT AERIEN
SPORT AQUATIQUE
SPORT MECANIQUE
WEEKEND SPORTIF
WEEK - END SPORT
COFFRETS LOISIRS
PROMOTIONS
ENTREPRISE
TOP DES VENTES
1. BAPTÊME DE L'AIR HÉLICOPTÈRE
1ère centrale de réservation d'activités sportives en ligne
PRÉSENTATION
Bienvenue sur le site des experts en loisirs réussis ! Sport Découverte vous propose plus de 3 500 activités en France : stage de pilotage sur circuit auto et circuit moto, mongolfière, saut en parachute, jet ski, plongée... Si vous souhaitez un baptême helicoptère ou un saut à l'élastique, des idées cadeaux ou un coffret cadeau, vous trouverez votre bonheur ici. Vous pourrez nager avec les dauphins ou faire un vol en avion de chasse : sensations fortes assurées ! Détendez-vous, on s'occupe de tout.
PASS'SPORT LE CHOIX CADEAU EN TOUTE LIBERTÉ
Vous ne savez pas quelle activité choisir ? Offrez un Pass'sport, notre chèque cadeau : le bénéficiaire pourra choisir lui-même parmi toutes les activités de notre site à concurrence de la valeur du Pass'sport !
EN SAVOIR PLUS
OFFRES À DÉCOUVRIR

Ce document constitue la page d'accueil du site Internet sport-découvertes. Ce site propose de nombreuses activités originales qui s'apparentent aux sports extrêmes. Le vol en ULM en fait partie.

Pour analyser

- Le document proposé est une capture d'écran : dites quelles sont ses composantes et comment se crée un équilibre entre le texte et l'image.
- Quelles sont les différentes informations apportées par les éléments textuels ?
- Étudiez l'image et sa composition : disposition des éléments, lignes, couleurs, rapprochement avec les oiseaux. Quelle est la portée symbolique de ce rapprochement ? À quel personnage de la mythologie grecque l'image renvoie-t-elle ?

☒ *Enquêtez sur sport et développement durable dans votre quartier, votre club ou votre association sportive.*

Validation du livret de compétences et de connaissances

Effectuer une recherche et confronter des informations		
Mettre en relation, comparer différents supports: textes, tableaux, schémas, images		
Faire une revue de presse (textes/images)		
Faire une revue de presse en images		
Différencier: - information et publicité - fait et commentaires		
Comprendre l'organisation et les enjeux des différents messages écrits dans la presse (Une, Titre, intertitres, dessin, photo, rubriques...) et adapter sa stratégie de lecture en fonction des besoins .		
Écrire capacités en écriture		
Répondre à une question par une phrase complète à l'écrit		
Rechercher des mots clés pour effectuer une recherche		
Réécrire pour mener à terme son projet et avoir envie de se faire comprendre		
Rédiger un texte d'une quinzaine de lignes en utilisant ses connaissances en vocabulaire , en grammaire et orthographe : -récit journalistique, - portrait, - interview, - compte rendu d'activité, - brève, - billet - faits divers		
Rédiger un court argumentaire structuré : - expliquer un événement en insistant - sur les causes - sur les conséquences - présence des articulations logiques savoir mobiliser ses connaissances, les utiliser		

– sait utiliser plusieurs moteurs de recherches – -sait gérer un dossier personnel		
Créer,produire,traiter,exploiterdesdonnées		
Produire un document numérique : texte, image,		
Utiliser l'outil informatique pour présenter un travail		
S'informer,sedocumenter		
Lire un document numérique		
Chercher des informations par voie électronique		
Découvrir les richesses et les limites des ressources de l'internet		
Palier 2, Compétence 6 : Les compétences sociales et civiques		
Connaîtrelesprincipesetfondementsdelaviecivique etsociale		
Comprendre les notions de droits et de devoirs, les accepter et les mettre en application		
Avoir conscience de la dignité de la personne humaine et en tirer les conséquences au quotidien		
Prise d'initiative(s)		
Confiance en soi		
Ouverture aux autres dans la classe-presse et dans un environnement proche		
Développer une curiosité des expériences des autres		
Dépasser des préjugés et développer un raisonnement		
Mettre à distance son expérience par la lecture et l'écriture		
Prendre sa place dans les débats contemporains		
S'insérer dans le groupe		
Accepter les différences ou/et les conflits et vouloir les surmonter		
Donner son opinion et la compléter par une réflexion personnelle		
Trouver des solutions, mettre en place des stratégies pour dépasser un obstacle et mener à bien son projet		
Engager sa responsabilité		
S'évaluer avec lucidité		
S'entraider		
S'intéresser à l'actualité		

Validation du livret de compétences et de connaissances Nom ..... prénom.....

Palier 2, Compétence 1 : La maîtrise de la langue française	Evaluation équipe pédagogique en classe-presse	Elève
Dire en respectant les règles de l'oral à....		
S'exprimer à l'oral comme à l'écrit dans un vocabulaire approprié et précis		
Prendre la parole en respectant le niveau de langue adapté		
comprendre, produire, expliquer, justifier un choix		
Prendre part à un dialogue : prendre la parole devant les autres, écouter autrui, formuler et justifier un point de vue		
Exposer son opinion, résumer l'opinion d'autrui, reformuler et dépasser son opinion par l'échange		
Dialoguer avec des interlocuteurs adultes en tenant compte des interlocuteurs		
Pratiquer l'interview: -seul () -en groupe		
Rendre compte d'un événement de l'actualité (proche ou lointaine)		
Participer à un débat d'opinion		
Analyser un débat contradictoire		
Faire une synthèse		
Rédiger un titre : - incitatif -informatif - en utilisant des registres et des tonalités différentes (humour, ironie, interpellation du lecteur, figure de style)		
Rédiger une légende adaptée à la situation de communication		
Mettre en relations, comparer différents supports: textes, tableaux, schémas, images .		
Effectuer une recherche et confronter des informations		
Réécrire pour progresser et mener un projet à son terme avec un vocabulaire précis		
Produire un article même court en tenant compte de la forme et du destinataire		
Produire un écrit journalistique en tenant compte du destinataire et du discours attendu		
Ecrire en images (photo, dessins, collage, peinture)		
Étudier la langue : vocabulaire		
Comprendre des mots nouveaux et les utiliser à bon escient		
Palier 2, Compétence 4 : La maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication		
S'approprier un environnement informatique de travail		
Connaître et maîtriser les fonctions de base d'un ordinateur et de ses périphériques Saisir au moins 1 article sur la plateforme spip classes-presse Insérer au moins une image sur la plateforme spip classes-presse		
Adopter une attitude responsable		
Prendre conscience des enjeux citoyens de l'usage de l'informatique et de l'internet et adopter une attitude critique face aux résultats obtenus -citer les sources -mettre à distance des chiffres ou des faits – utiliser plusieurs sources – identifier un site d'information et le distinguer d'un forum – adopter une stratégie de lecture pour identifier qui écrit (ou parle) , avec quel statut		

Lire capacités en lecture		
Dégager le thème d'un article		
Repérer dans un texte des informations explicites		
Inférer des informations nouvelles (implicites)		
Repérer les effets de choix formels (emploi de certains mots, utilisation d'un niveau de langue)		
Utiliser ses connaissances pour réfléchir sur un texte, mieux le comprendre		
Lire silencieusement un texte en déchiffrant les mots inconnus et manifester sa compréhension dans un résumé, une reformulation, des réponses à des questions		
Relire pour progresser et adapter une stratégie pour dépasser des obstacles à la compréhension d'un message (demande d'aide, utilisation d'outils...)		
Lire des textes appartenant à des genres journalistiques différents en en comprenant: - l'organisation et les codes de communication – les effets recherchés chez le lecteur – le ou les public(s) ciblé(s) Lire les visuels médias : - infographies - dessins de presse – photo graphie d'information – -publicité		
Analyser: -une dépêche d'informations – un article court – un interview (qui parle, de quoi, à qui) – un billet (identifier les marques de l'émetteur, des opinions, des procédés d'implication du lecteur) – un titre qui repose sur un jeu de mots ou sur de l'implicite – un dessin de presse – une publicité – une image d'information (dénotation, connotation, relation texte/image)		
Constituer une documentation, la classer, en faire une synthèse		

Avoir un comportement responsable		
Respecter les règles de la vie collective		
Respecter tous les autres, et notamment appliquer les principes de l'égalité des filles et des garçons		

6

MODE D'EMPLOI

pour publier sur la plate-forme

Le SERIA assure la mise à disposition des accès à la plateforme de Phare pour les élèves et les enseignants.

La plateforme sera ouverte mi janvier 2013.

Vos élèves et vous-mêmes recevrez vos codes d'accès et identifiants vous permettant d'accéder à la plateforme afin d'écrire les articles.

En phase «brouillon» dans un premier temps.

En phase «définitif» (à poster) ensuite, c'est-à-dire dans l'attente de la validation de l'enseignant.

Projet Classes Presse 2012

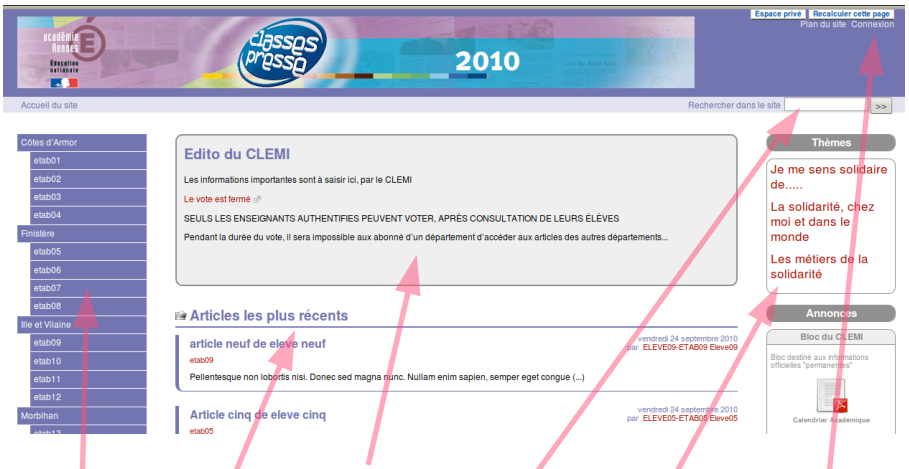
Plate-forme d'édition des articles - Notice élève

La plate-forme SPIP utilisée cette année pour publier les articles relatifs au projet Classes presse se singularise par l'existence de deux interfaces distinctes, facilement identifiables.

Leurs destinations sont différentes, et il est bien entendu possible de passer facilement de l'une à l'autre...

Interface publique *Interface privée*

L'interface publique est accessible à tous, sans authentification. Elle permet de consulter les articles rédigés par les élèves, et validés par les professeurs...



Chaque établissement administre une rubrique, ce bloc liste ces rubriques, et permet l'affichage des articles qu'elles contiennent.

Le bloc central affiche les premières lignes des dix derniers articles publiés, quelle que soit la rubrique.

Le bloc « Edito » est destiné à afficher les informations relatives au déroulement de l'opération. Seul le CLEMI peut publier dans ce bloc.

Le formulaire de recherche permet de retrouver sur la plateforme les articles contenant l'expression saisie

Ce bloc liste les thèmes classes presse en relation avec au moins un article. Ces relations sont établies à l'aide des « mots clés », dans l'interface privée

Le lien « Connexion » permet aux utilisateurs authentifiés d'accéder à l'interface privée...

Projet Classes Presse 2012

Plate-forme d'édition des articles - Notice enseignants

Note importante :

La compréhension de cette notice impose la lecture préalable de la notice élève

---

Dans le cas des enseignants, la connexion sur l'interface privée permet essentiellement de valider les articles proposés à l'évaluation par les élèves, autorisant ainsi leur affichage sur l'interface publique, accessible à tous, sans authentification.

Une validation engage naturellement la responsabilité de l'enseignant.

L'interface privée des enseignants affiche la liste des articles récemment publiés, en cours de rédaction, ou proposés par les élèves

Le bloc « Articles proposés » permet d'éditer, et ,après vérification, de valider éventuellement les articles proposés par les élèves.

Les enseignants disposent naturellement de la possibilité de publier « directement » les articles dont ils sont eux-mêmes les auteurs.

56

classes presse

contacts

• CLEMI
02 23 21 75 92 - 06 75 71 49 15
clemi.bretagne@ac-rennes.fr

• Ouest-France
service presse école 02 99 32 62 49
laetitia.greffie@ouest-france.fr

• Télégramme
service presse école 02 97 84 46 00
b.lenena@letelegramme.fr

thématique
éducation aux médias

directeur de la publication
Alexandre Steyer

éditeur
CLEMI

contact
Michel Hélaudais

accès internet
www.ac-rennes.fr
⇢ espace éducatif
⇢ éducation aux médias

date de parution
octobre 2012

conception couv
service communication

Impression
UAR